

**Voces:** QUIEBRA ~ CONCURSO PREVENTIVO ~ MEDIOS DE COMUNICACION ~ PARTICIPACION SOCIETARIA ~ CRAMDOWN ~ INVERSION EXTRANJERA ~ PESIFICACION ~ MERCOSUR

**Título:** La protección del patrimonio cultural y su marco legal específico. Implicancias concretas en el régimen falencial

**Autor:** Tévez, Alejandra N.

**Publicado en:** Sup.Act 23/09/2003, 23/09/2003, 1

**Cita Online:** AR/DOC/10852/2003

**Sumario:** SUMARIO: I. Introducción. - II. La ley 25.750 de preservación de bienes y patrimonios culturales. - III. Conclusiones.

### **I. Introducción**

Para que una comunidad nacional perdure es necesario que sus miembros compartan determinados valores artísticos, tradiciones culturales, ideas, información, y, en general, un conjunto de representaciones que sostienen la vida colectiva. De allí que las industrias de base cultural posean un altísimo valor estratégico para la protección de nuestra identidad como nación independiente. El papel de los medios de comunicación como industrias culturales es el de poner en escena esas representaciones imaginarias, diseñar el espacio consagrado a la vida pública y facilitar la construcción del lazo social.

Resulta entonces de trascendental importancia el rol del Estado en la protección del patrimonio cultural y deviene legítima su intervención en ese dominio.

La Constitución Nacional establece normas especialmente referidas a la tutela y promoción del patrimonio cultural. En ese sentido, prevé el art. 41 que constituye obligación de las autoridades nacionales la preservación del patrimonio cultural argentino. La directiva debe ser entendida en un sentido amplio, abarcativo de todas las manifestaciones de la cultura (1). Paralelamente, también prevé la Carta Magna de modo expreso la facultad del Congreso de "... dictar leyes que protejan la identidad cultural, la libre creación y circulación de las obras del autor; el patrimonio artístico y los espacios culturales y audiovisuales..." (art. 75, inc. 19). La norma, ubicada dentro del plexo axiológico referido al orden socioeconómico, legitima el dictado de leyes dirigidas a amparar y promover el desarrollo de una vigorosa cultura local. Como ha sido dicho, la protección de los espacios culturales y audiovisuales constituye una regla de gran trascendencia para la formación cultural de nuestra sociedad (2), y constituye una clara directiva en materia de política de Estado.

Dentro de ese marco constitucional que habilita al Poder Legislativo a emitir normas que involucren a los medios masivos de comunicación social, en fecha reciente ha sido dictada la ley 25.750 de preservación del patrimonio cultural (Adla, Bol. 17, p. 10).

### **II. La ley 25.750 de preservación de bienes y patrimonios culturales**

La ley 25.750, que puede considerarse reglamentaria de las disposiciones constitucionales citadas, fue (tras una larga discusión en espacios públicos, con presencia de juristas y expertos en su temática) sancionada, promulgada y publicada, con fechas 18 de junio, 4 de julio y 7 de julio de 2003, respectivamente.

Su antecedente es el proyecto presentado por el senador por Río Negro Miguel Angel Pichetto en el Senado de la Nación, ámbito donde fue tratado por las comisiones de comunicaciones, de libertad de expresión y de legislación general, y cuyo dictamen se aprobó en el recinto. Posteriormente pasó a la Cámara de Diputados que le introdujo algunas modificaciones, a la postre desestimadas por el Senado al insistirse con la versión original del proyecto.

Establece la ley liminarmente que la política del Estado Nacional preservará el patrimonio antropológico, histórico, artístico y cultural; las empresas dedicadas a la ciencia, tecnología e investigación avanzada que resulten fundamentales para el desarrollo del país; las actividades e industrias de relevante importancia para la defensa nacional; y el espectro radioeléctrico y los medios de comunicación.

En el curso del debate parlamentario hubo coincidencia en la necesidad de resguardar los "bienes culturales" considerados estratégicos para la Nación, y definidos por la UNESCO según los fundamentos que acompañaron al proyecto originario como "todos aquellos bienes de consumo que sean ideas, símbolos o formas de vida; que informen o entretengan... que contribuyen a construir una identidad colectiva e influyen prácticas culturales...".

Dejando de lado el primer artículo reseñado que resulta básicamente declarativo, la ley tiene en lo sustancial dos aspectos centrales. Por un lado, establece que la propiedad de los medios de comunicación debe ser de empresas nacionales, permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario. Y por otro, excluye la posibilidad del cramdown para los medios de comunicación de propiedad nacional.

Analizaremos ambos tópicos separadamente.

a) La propiedad nacional de los medios de comunicación social

El art. 2° en su primer párrafo establece que a partir de la entrada en vigencia de la norma, la propiedad de

los medios de comunicación que se definen en el art. 3° deberá ser de empresas nacionales, permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario y que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje del 30%.

Así, en lo que concierne a la primera cuestión antes individualizada, la ley se enmarca en la moderna tendencia que han adoptado entre otros, los países del Mercosur. Tal el caso de Brasil, por ejemplo, cuya constitución federal establece en el capítulo V "Da comunicação social" un tope del 30% a la participación de capital extranjero en las empresas de comunicación social (art. 222).

Argentina se encuentra ahora ubicada entre los países que han decidido limitar la inversión extranjera en la propiedad de los medios de comunicación (3), y la prescripción legal no importa contradicción con los tratados de libre comercio celebrados con otros países. Ello pues, no se suprime la inversión extranjera en los medios de comunicación; antes bien, se la limita en función de la defensa de intereses estratégicos ligados a nuestra propia existencia como nación independiente, en línea con la legislación adoptada por los países más importantes del mundo. Inclusive se establece -y esto es muy importante- que el porcentaje aludido puede ser ampliado en reciprocidad con países que contemplan inversiones extranjeras en sus medios de comunicación hasta el porcentaje que en ellos lo permiten (art. 2°, 2 párr.). Se reconoce así la importancia decisiva que reviste la inversión extranjera para las empresas de medios, pues aporta capitales necesarios para su expansión y mejoramiento en un sector esencial para el funcionamiento de la economía. Pero paralelamente nuestra legislación se enrola entre aquéllas que consideran que, para preservar la soberanía y seguridad del Estado, resulta indispensable asegurar el control nacional de un sector tan sensible a sus intereses como son los medios de comunicación (4).

Disposiciones similares que restringen la participación del capital extranjero en empresas de telecomunicaciones existen en Canadá, Australia, Francia, México, Japón, Noruega, Polonia y Nueva Zelanda. Incluso en Suiza el gobierno federal debe conservar la mayoría de las acciones de Swisscom, y en Estados Unidos la participación extranjera de operadores titulares de estaciones de radiodifusión y televisión se encuentra limitada al 20%, bajo supervisión del FCC (Federal Communications Commission).

Como modo de no afectar las inversiones extranjeras realizadas al momento de su entrada en vigencia, la propia ley se encarga de precisar que ella opera hacia el futuro (5). En la misma dirección, se excepcionan los contratos de cesión de acciones, cuotas o de transferencia de la titularidad de la licencia celebrados con anterioridad, que no hubieren obtenido a aquella fecha la correspondiente aprobación administrativa.

Y un aspecto que merece destacarse es que la ley no se circunscribe a regular solamente la propiedad de los medios de comunicación, sino que establece además que las empresas culturales no pueden ceder el control sobre los contenidos de su producción como modo de asegurar la efectiva protección buscada por la normativa (6).

De acuerdo con lo dispuesto por el art. 3° son considerados medios de comunicación, a los fines de la ley: diarios, revistas, periódicos, empresas editoriales en general, servicios de radiodifusión y servicios complementarios comprendidos en la ley de radiodifusión 22.285 (Adla, XL-D, 3902), productoras de contenidos audiovisuales y digitales, proveedoras de acceso a Internet, y empresas de difusión en vía pública.

Dado que el texto legal prevé la limitación a la inversión extranjera tomando como referencia las empresas nacionales (7) se ocupa específicamente de consignar qué se entiende por empresa nacional a aquel fin. La técnica legislativa no parece la más adecuada, dado que se presta a confusiones el concepto de empresa con el de sociedad. Como es sabido, la empresa es una organización de distintos elementos que la componen (materiales, inmateriales y personales) (8), al frente de la cual se erige el empresario como persona física o jurídica que la crea, la organiza, aprovecha sus beneficios y soporta sus riesgos (9). En el concepto económico tradicional la empresa es organización de actividades y medios que persigue determinado fin. Pero sucede que con frecuencia las empresas son explotadas por sociedades: en este caso, la persona jurídica (sociedad) es el empresario y titular de la empresa, pero no la empresa misma (10).

La ley establece que se entenderá por empresa nacional a: a) las personas físicas de nacionalidad argentina, y jurídicas constituidas, domiciliadas en el país e integradas mayoritariamente por ciudadanos argentinos; y b) las personas jurídicas constituidas en el país o en el exterior, controladas directa o indirectamente por personas físicas de nacionalidad argentina y domiciliadas en el país.

#### b) El cramdown y las empresas de medios en concurso preventivo

El segundo aspecto relevante de la ley es la supresión del procedimiento de salvataje para las empresas de medios.

En tanto que la restricción a la participación extranjera concierne a una política de Estado, dirigida a la protección de las empresas culturales nacionales, la inaplicabilidad del cram-down para los medios de comunicación aparece vinculada a la situación de emergencia por la que actualmente atraviesan muchas de las empresas del sector (11).

Vale la pena recordar que el procedimiento del salvataje de la empresa como forma de evitar la quiebra -que

la ley 25.563 derogara y la ley 25.589 reestableciera, con modificaciones (Adla, LXII-B, 1602; LXII-C, 2862)-, contrariamente a lo que suele decirse, no guarda analogía con el instituto existente en el derecho norteamericano (el "cramdown power" o la facultad del juez de imponer el acuerdo a algunos acreedores aun en contra de su voluntad, recientemente incorporado a nuestra legislación por la ley 25.589), y constituye en nuestro derecho una situación excepcional. En efecto, como principio general si el deudor que tramita su concurso preventivo no obtiene la conformidad de sus acreedores con el acuerdo propuesto, se lo declara en quiebra, salvo que se trate de "grandes concursos" de sociedades de responsabilidad limitada, sociedades anónimas y cooperativas, y aquellas sociedades en que el Estado Nacional, Provincial o Municipal sea parte. En estos casos se permite a cualquier persona física o jurídica e incluso al propio deudor adquirir la empresa a través de la transferencia de los títulos representativos de su capital. El procedimiento, por encima de los cuestionamientos y defensas que ha merecido y de la aplicación obtenida hasta el momento (actualmente hay más de cincuenta *cramdown* homologados), se encuentra así inicialmente acotado a determinados supuestos, y la ley 25.750 lo ha eliminado en caso de que la concursada sea una empresa de medios de comunicación nacional .

De acuerdo con lo argumentado en el debate parlamentario, se ha tratado de impedir por esa vía que inversores extranjeros tengan la posibilidad de tomar hostilmente las empresas de capitales nacionales que se encuentran en concurso preventivo y atraviesan serios problemas financieros, a consecuencia de la depreciación de sus activos en dólares producida por la devaluación y el considerable endeudamiento interno y externo del sector. Para preservar entonces el control nacional en la conducción de los medios de comunicación y con fundamento en la situación crítica por la que atraviesan los medios de comunicación a consecuencia de la crisis y de la pesificación asimétrica, la ley establece en primer lugar que el procedimiento y las disposiciones del art. 48 de la ley de concursos y quiebras (Adla, LV-D, 4381) (que contempla el salvataje empresario) no rigen para los medios de comunicación [\(12\)](#).

La supresión del procedimiento del salvataje y la posibilidad de mantenerlo a favor de acreedores nacionales respetando el porcentaje de restricción a la inversión extranjera constituyó uno de los ejes del conflicto de la media sanción del proyecto original. Ello porque la Cámara de Diputados consideró preferible conservar el procedimiento del salvataje, permitiendo la participación de las empresas extranjeras hasta el límite del 30% del capital accionario de la empresa concursada. El Senado en cambio, al tratar las modificaciones introducidas en la Cámara baja, insistió con la aprobación del primitivo proyecto, por considerar que la finalidad de protección perseguida en el art. 2° se tomaría vulnerable a través de la actuación de testaferros o interpósitas personas [\(13\)](#). Se consagró así en el art. 5° de la normativa la inaplicabilidad del salvataje empresario para los medios de comunicación, lo cual, adicionalmente, permite preservar las condiciones y antecedentes tenidos en cuenta por el Estado al otorgar las licencias correspondientes. Así pues en el esquema adoptado se impide que el eventual *cramdist*-adquirente pueda soslayar los procedimientos legales previstos para acceder a una licencia de radio, televisión o servicios complementarios.

La ley establece en el mismo artículo que si no se alcanzara acuerdo en el concurso preventivo, a solicitud de la concursada la propuesta de participación directa o indirecta de empresas extranjeras en la propiedad de los medios de comunicación nacionales, deberá ser previamente autorizada por el Poder Ejecutivo Nacional.

La posibilidad de participación directa o indirecta de capitales extranjeros tras el fracaso del concurso preventivo constituyó otro punto de conflicto con el proyecto sancionado por la Cámara Baja, que otorgaba la facultad de autorizarla al juez de la causa. En efecto, otra de las modificaciones introducidas por la Cámara de Diputados de la Nación preveía que en el caso de que no se obtuviese un acuerdo concursal, pasado el período de exclusividad y con la autorización del juez, se pudiera solicitar la participación de capitales extranjeros. La previsión fue resistida con fundamento en el carácter de exclusividad que se concede al Poder Ejecutivo Nacional en lo relativo al contralor de los servicios de radiodifusión [\(14\)](#). Es que si bien puede considerarse conveniente que sea el juez del concurso, como director del proceso y en el curso del trámite, quien autorice aquella participación, no puede desconocerse que la previsión guarda adecuación con la potestad del Estado en ese ámbito. Esto último se evidencia con la simple lectura del art. 3° de la ley de radiodifusión 22.285, que establece que "la administración de las frecuencias y la orientación, promoción y control de los servicios de radiodifusión son competencia exclusiva del Poder Ejecutivo Nacional".

El mecanismo del Poder Ejecutivo de ampliar la posibilidad de inversiones extranjeras aparece como un intento final para evitar la declaración de la quiebra que conlleva la liquidación total del activo a fin de proceder al reparto del dividendo entre los acreedores, y ameritaría, acaso, el dictado de una reglamentación adicional que precise en qué términos y bajo qué condiciones resultaría procedente.

### III. Conclusiones

La preservación del patrimonio cultural argentino constituye un valor prioritario frente al impacto de la globalización como fenómeno fuertemente homogeneizador.

Como objetivo de una política de Estado que atiende a intereses estratégicos superiores de la Nación, la protección de aquel patrimonio constituye una obligación de las autoridades, de acuerdo con lo dispuesto por el art. 41 de la Constitución Nacional.

La facultad del Poder Legislativo de dictar normas que involucren a las industrias de base cultural y, más específicamente, medios de comunicación, reconoce base constitucional en orden a lo previsto por el art. 75 inc. 19 de nuestra Carta Magna.

Desde que la industria cultural desempeña un papel movilizador de la economía, promoviendo su crecimiento y generando puestos de trabajo como resultado de su efecto multiplicador, deviene indispensable adoptar políticas orientadas al fomento de las empresas productoras de bienes culturales. En ese contexto, y dado que resultan esenciales y estratégicas para cualquier nación independiente, el Estado debe establecer mecanismos para asegurar su vigencia y promover el capital de origen nacional en su estructura de propiedad.

Finalmente, el momento crítico por el que atraviesan las empresas de medios de comunicación, fuertemente endeudadas, en la actualidad -en el contexto de la emergencia declarada y de la gravedad de la situación económica, social y financiera- justifica que se articule la legislación sobre insolvencia con el resto del marco regulatorio que involucra al sector.

Sería deseable, sin embargo, que el art. 5° de la ley 25.750 sea objeto de adecuada reglamentación, a fin de que sean precisados los alcances de la facultad acordada al Poder Ejecutivo Nacional respecto de la participación del capital extranjero en las empresas de medios que no pudieran superar el trámite de su concurso preventivo. Ello en interés de las empresas, de sus acreedores (laborales, financieros, comerciales, e inclusive el propio Estado) y de la comunidad toda.

Especial para La Ley. Derechos reservados (ley 11.723)

(1) EKMEKDJIAN, Miguel Angel, "Tratado de Derecho Constitucional", t. III, p. 654, Ed. Depalma, 1995.

(2) QUIROGA LAVIE, Humberto, "Constitución de la Nación Argentina Comentada", p. 462, 3ª ed., Ed. Zavalía, 2000.

(3) En el curso del debate parlamentario sostuvo el senador Jeneffes que "El tema de la propiedad de los medios de comunicación fue largamente debatido y se llegó a la conclusión general -por parte de casi todos los senadores y diputados de la Nación- de que teníamos que adoptar una legislación similar a la de otros países del mundo como, por ejemplo, Alemania, los Estados Unidos, Chile, Brasil e Italia, donde para la propiedad de los medios de comunicación existe un límite a la participación de los extranjeros...".

(4) En distintas exposiciones en el curso del debate parlamentario se puso de resalto el rol estratégico que desempeñan los medios de comunicación en toda sociedad democrática, al intervenir como articuladores de derechos esenciales de los habitantes como la libertad de expresión, el derecho a la información, etc. El senador Pichetto sostuvo en parte de su discurso que "El impacto de los medios de comunicación -y especialmente los medios audiovisuales- ha sido extraordinario: conforman hoy la opinión pública, son los creadores de la transmisión de las ideas, hasta pueden diseñar modelos autoritarios e ir instalándolos... Hay un libro extraordinario que refleja la importancia de los medios de comunicación en la conformación de la opinión pública, cuyo autor es Giovanni Sartori, y que se llama "Homo Videns", el hombre video, el hombre de la televisión, la sociedad teledirigida, la importancia de la televisión en la comunicación...".

Texto sin formato

(5) El senador Pichetto, autor de la ley, afirmó en una parte de su discurso que: "... Con este proyecto intentamos defender al empresariado nacional. Lo decimos sin ponernos colorados y con convicción, porque no tenemos ninguna duda de que no es conveniente que por las pérdidas sufridas, capitales extranjeros puedan venir a quedarse con lo que queda del empresariado nacional. Y lo hacemos con criterio, sin afectar hacia atrás las inversiones realizadas, que se hicieron en otro tiempo, en un momento de expansión de la economía, en el cual había inversiones en el país. Me refiero a la primera etapa de la década del 90, cuando el país vivía una época de crecimiento al 10 ó al 12 por ciento anual y había inversiones. Hoy, en cambio, estamos en un momento de alta crisis, en el que se está perdiendo el valor de los activos y en el que corremos el riesgo de que esas empresas pasen a manos extranjeras y, por lo tanto, desde el exterior se dirija la construcción de la opinión pública argentina. En consecuencia, debemos defenderlas y darles garantías. Además, esto va en línea con la legislación comparada".

(6) El senador Terragno dijo al respecto: "debemos tener en cuenta que hoy día existen múltiples modos de control extra-accionario de empresas. Es lo que en el derecho anglosajón se llama el hardcore principal y lo que los franceses llaman el noyau dur. La idea es que, por un lado, se pueda atomizar la mayoría del capital y, por otro lado, con un núcleo duro, controlar la empresa aun cuando ese núcleo duro esté compuesto por un porcentaje muy pequeño del total de las acciones. También hay modos contractuales de control de los contenidos. El franchising es uno de los nuevos contratos que asegura el control editorial, aún cuando no haya control patrimonial de una empresa. Los llamados syndication services son otro modo de controlar los contenidos de lo que se publica, aun cuando no se tenga el control de la empresa editorial. Por lo tanto, si realmente se quiere evitar una distorsión o una influencia indebida, a través de estos medios no puede limitarse la cuestión al establecimiento de una cifra porcentual relativa al capital accionario, sino que hay que adoptar como criterio el del control efectivo... lo que importa son los contenidos y no los vehículos...".

(7) Dice el art. 2° en su primer párrafo, textualmente: "Establécese, a partir de la entrada en vigencia de la presente ley que la propiedad de los medios de comunicación, que se definen en el art. 3° de la misma, deberá ser de empresas nacionales, permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario y que otorgue derecho a voto por el mismo porcentaje del 30%"

(8) FERNANDEZ, Raymundo L. y GOMEZ LEO, Osvaldo R., "Tratado teórico práctico de derecho comercial", t. 1, p.265, Ed. Depalma, 1987.

(9) FONTANARROSA, Rodolfo O, "Derecho Comercial Argentino", t. 1, Parte General, p. 175, Ed. Zavalía, 1985.

(10) La empresa es una organización y la sociedad es la forma jurídica que toma la empresa, sostuvo la senadora Negre de Alonso.

(11) Entre muchas otras alusiones efectuadas en la Cámara de Senadores sobre el punto, sostuvo la senadora Halak: "Entendemos que frente a un problema de esta naturaleza, las soluciones a adoptar no pueden ser las usuales en épocas normales. Debe tratarse de medidas excepcionales acordes con el momento de crisis por el que atraviesa nuestra economía. Y todo indica que nuestras empresas culturales sintieron el impacto de la devaluación, que provocó el fuerte aumento de sus deudas dolarizadas y la devaluación de sus ingresos en moneda nacional; a la vez, vieron reducirse drásticamente sus activos locales...". El senador Maestro por su parte dijo que "... la grave situación que vive el sector de la industria cultural y los medios de comunicación en la Argentina... (es)... producto de una situación realmente lamentable que se dio en el tiempo generada por la crisis económica y por la falta de resguardos y criterios restrictivos -medidas que rigen en casi todos los países del mundo- a la hora de abrir las industrias culturales o los medios de comunicación a la inversión extranjera. Así es como nos hemos encontrado con que la mayoría de los medios de comunicación están en la mayoría de los casos o íntegramente endeudados con acreedores extranjeros...".

(12) El senador Jenefes afirmó en un pasaje de su alocución que "hemos pasado por una profunda crisis económica y... como consecuencia de esta crisis y de la pesificación asimétrica, muchos acreedores externos se han apoderado de la deuda privada argentina -los llamados "fondos buitres"- que pretenden, en forma agresiva, apoderarse de las distintas empresas de comunicaciones del país...".

(13) En ese sentido se expidió el senador Jenefes al considerar que la "... limitación del 30 por ciento en la participación de capitales extranjeros establecida por la Cámara de Diputados es insuficiente, debido a que, seguramente, se va a recurrir a figuras como la simulación o la de transferencia de crédito a personas o sociedades argentinas con el propósito de que se pueda ejercer el salvataje de empresas, excediendo el límite establecido en el artículo 2° de la ley de medios culturales...".

En similar sentido se manifestó el senador Busti, tras aludir a la crisis de los medios de difusión producto de la devaluación producida en la Argentina: "... El aumento de los insumos, la disminución de la publicidad, la baja de la tirada de los diarios fueron las causas de la crisis de los medios de difusión. En el caso de los medios más chicos, los diarios de nuestras provincias, dejaron de pagar impuestos, dejaron de pagar a sus proveedores. En el caso de los medios más grandes, los medios nacionales, se endeudaron fundamentalmente con acreedores extranjeros... ¿Qué pasaría si se aprobara la modificación establecida por la Cámara de Diputados al art. 5° en el sentido de posibilitar la aplicación del cramdown a favor de los acreedores nacionales? Sería ilusoria la protección a los medios de comunicación. No solamente, como dijo una senadora preopinante, entraría a funcionar el testafierro o el acreedor por interpósita persona, sino que la mayoría de los fondos del mercado financiero local está constituida por fondos nacionales, que son subsidiarios de acreedores extranjeros. Y la mayoría de las grandes empresas periodísticas nuestras están endeudadas con fondos extranjeros.

(14) El senador Jenefes dijo que "... en este punto, entendemos que lo sostenido por el Senado tiene más solidez. En primer lugar, porque consideramos que todo lo que hace a los medios de comunicación hace a la estrategia nacional, a un derecho constitucional fundamental como es el de la libertad de expresión. Por lo tanto, nos parece necesario que sea el Poder Ejecutivo quien vele por este patrimonio estratégico de la República Argentina. Consideramos que es inconveniente que sea el juez quien decida, sino que debe ser el Poder Ejecutivo quien se haga cargo de este asunto, pues de este modo también estamos respetando tratados internacionales como el de Montevideo o el de Nairobi, en los que se ha establecido que el espectro radioeléctrico es de propiedad de la humanidad y quien lo administra es cada uno de los estados, a través de sus poderes ejecutivos. Este concepto está plasmado en nuestra ley de radiodifusión, en donde ningún juez puede autorizar la incorporación de un accionista -ya sea vía la figura del cramdown u otra- si no tiene la autorización previa del Poder Ejecutivo, que es quien vela por el cumplimiento de los requisitos para ser propietario de un medio de comunicación...".