

Presentación de COSITMECOS

La Confederación está formada por 10 organizaciones nacionales **ASOCIACION ARGENTINA DE ACTORES**; ASOCIACIÓN ARGENTINA DE TRABAJADORES DE LAS COMUNICACIONES (**AATRAC**); FEDERACION ARGENTINA DE TRABAJADORES DE IMPRENTA, DIARIOS Y AFINES (**FATIDA**); SOCIEDAD ARGENTINA DE LOCUTORES (**SAL**); SINDICATO ARGENTINO DE TELEVISIÓN, TELECOMUNICACIONES, SERVICIOS AUDIOVISUALES, INTERACTIVOS Y DE DATOS (**SATSAID**); SINDICATO DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA (**SICA**); FEDERACIÓN ARGENTINA DE TRABAJADORES DE PRENSA (**FATPREN**); SINDICATO UNICO DE TRABAJADORES DEL ESPECTACULO PUBLICO (**SUTEP**); SINDICATO UNICO DE LA PUBLICIDAD (**SUP**); SINDICATO ARGENTINO DE MUSICOS (**SADEM**); Que afilian a **180 MIL** trabajadores del sector.-

Ha participado activamente desde 1989 en las cuestiones que hacen a las regulaciones y definiciones políticas tomadas democráticamente en nuestro país, y ha tomado posición a favor del mantenimiento, ensanchamiento, promoción y mejora de la cantidad de fuentes de trabajo, su calidad, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación y la no concentración indebida, monopolios y oligopolios.

Estas líneas darán cuenta de algunas posiciones acordadas en el marco de la confederación, sin perjuicio de mayores ampliaciones de las que podrán dar cuenta las organizaciones adheridas individualmente.

En relación a la concepción de una futura ley que reemplace a la ley 26522 y a la 27078 hemos de indicar primeramente que fuimos y somos parte de las propuestas de los 21 puntos de la coalición por una comunicación democrática que reconoce la importancia del derecho universal a la libertad de expresión y a la información de conformidad al art 13 de la convención americana sobre derechos humanos.

También la confederación forma parte de la Coalición por la Diversidad Cultural.

Dicho esto, hemos de señalar los tópicos que consideramos fundamentales respecto a la regulación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías

1. La tradición regulatoria argentina en democracia y dando cumplimiento al principio de legalidad reclamado por la convención citada reconoce la separación de los medios de comunicación de los medios de telecomunicaciones a la hora de la regulación y protección del trabajo y la identidad cultural.
2. En efecto, la aprobación del art. 75 inc 19 de la Constitución Nacional obliga al congreso a promover y defender el espacio audiovisual nacional en los siguientes términos: *Dictar leyes que protejan la identidad y pluralidad cultural, la libre creación y circulación de las obras del autor; el patrimonio artístico y los espacios culturales y audiovisuales.*

En idéntico sentido la ley que aprueba la convención de diversidad cultural de UNESCO señala en sus partes pertinentes que

4. Actividades, bienes y servicios culturales

Las "actividades, bienes y servicios culturales" se refieren a las actividades, los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales.

5. Industrias culturales

Las "industrias culturales" se refieren a todas aquellas industrias que producen y distribuyen bienes o servicios culturales, tal como se definen en el párrafo 4 supra.

3. : idéntica solución respecto de la ley 25.000 En efecto, cuando el Estado Nacional aprobó y ratificó el Anexo IV del Protocolo Anexo al Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, adoptado en Ginebra - Confederación Suiza por la ley 25000, Sancionada: Julio 1° de 1998 Promulgada: Julio 22 de 1998, publicada en el B.O: 27/7/98, lo hace diciendo expresamente respecto de la lista de compromisos adoptados: " "(1) La República Argentina considera fuera del alcance de esta lista a la "distribución por cable o radiodifusión de programas de

radio o de televisión, en concordancia con el punto 2.b del Anexo sobre Telecomunicaciones del Acuerdo General de Comercio y Servicios.”

clara relevancia en la ley de defensa de industrias culturales (asi la definición para la tv por abonados por parte de la ley 25750)¹ considerada industria de importancia vital y que el Estado está obligado a “preservar especialmente”. En estos términos:

Sancionada: Junio 18 de 2003.

Promulgada de Hecho: Julio 4 de 2003.

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

ARTICULO 1º.- En orden a resguardar su importancia vital para el desarrollo, la innovación tecnológica y científica, la defensa nacional y el acervo cultural; y sin perjuicio de lo dispuesto por leyes especiales destinadas a tutelar los intereses estratégicos de la Nación, la política del Estado nacional preservará especialmente:

- a) El patrimonio antropológico, histórico, artístico y cultural;
- b) Las empresas dedicadas a la ciencia, tecnología e investigación avanzada que resulten fundamentales para el desarrollo del país;
- c) Actividades e industrias de relevante importancia para la defensa nacional;
- d) El espectro radioeléctrico y **los medios de comunicación.**

...ARTICULO 3º.- A los efectos de la presente ley, son considerados medios de comunicación los siguientes:

- a) Diarios, revistas, periódicos y empresas editoriales en general;
- b) **Servicios de radiodifusión y servicios complementarios de radiodifusión comprendidos en la Ley N° 22.285;**
- c) **Productoras de contenidos audiovisuales y digitales;**
- d) **Proveedoras de acceso a Internet;**
- e) Empresas de difusión en vía pública.

¹ LEY N° 25.750

Entonces: queda en claro que hay una divisoria de aguas entre las empresas que caben bajo la protección del paraguas regulatorio de UNESCO y los servicios liberalizados que caben dentro del marco de la Organización Mundial del Comercio.

Ello determina que al fijar el objeto de la regulación se debe ser sumamente preciso porque si bien hay operadores convergentes, los servicios lineales y no lineales están aún distinguidos en el derecho comparado.

Tanto es así que solo 19 países en el marco de la OMC firmaron compromisos de listas positivas en bienes y servicios culturales. Que incluyen por cierto, la TV abierta y por abonados y la radio lineal. Ello implica que 160 aproximadamente no lo han hecho.

Lo que enseña el derecho comparado es que se asiste a yuxtaposición de normas y funciones. Y es a lo que obliga la constitución en base a la obligación citada en el art. 75 inciso 19.

Yendo a cuestiones de índole más particular, es menester que el marco normativo contemple:

1. La conformación y elección de la/s autoridad/es de aplicación conforme los estándares del sistema interamericano de derechos humanos y la constitución nacional. Es decir al menos, con garantías de revisión previa de antecedentes, participación de la sociedad civil y usuarios en ambas cosas, integración de trabajadores del sector, resguardo contra la remoción incausada, procedimiento reglado y garantía de defensa. plazo fijo de mandato. Garantías de protección contra la interferencia política y económica por parte de los regulados, entre otros, incluyendo entre otras cosas su financiamiento.
2. Garantía de cumplimiento del principio de legalidad. Es el congreso nacional quien debe regular. Como dice la relatoría especial de libertad de expresión no debe delegarse la regulación de temas centrales de las actividades.
3. Defensa explícita, concreta y efectiva de la producción nacional y local. La diversidad y pluralismo que reclaman los estándares internacionales se basan en

la variedad de orígenes de programación y la producción independiente y local, tal como también dicen los estándares de 2009 de la CIDH

4. Control de concentración indebida. Tal como la propia corte suprema ha entendido este mandato ineludible del estado en el caso Clarín..
5. Reconocimiento de los medios de comunicación como industria cultural, independientemente de su soporte.
6. Cuotas de pantalla que garanticen la difusión y el trabajo nacional.
7. El ingreso de las operadoras de servicio básico de telefonía debe ser solo habilitado en un marco cierto de relajamiento de sus posiciones de preponderancia y ajustados al marco de los servicios audiovisuales. Tal como lo señala, entre otros ejemplos, la legislación española para los operadores convergentes.
8. Entendemos pertinente y necesario el mantenimiento de los principios y regulaciones de la ley 26522. Por razones de brevedad y operatividad consideramos de fundamental importancia los siguientes: Art. 1, 2, 3 ,4 45-50-51-52-53-57, 65 67, 124-125-126-127-128-129-130-131.
9. Así como la ley de 2011 de Brasil, incorporar la necesidad de producción de ficción para dar cumplimiento al mandato del art. 75 inc. 19 de la constitución nacional independientemente del soporte utilizado.
10. Devolver la condición de medios de comunicación a los servicios de tv para abonados por las distintas justificaciones mencionadas.
11. Regular la inserción de publicidad a fin de que no se inserte publicidad de anunciantes argentinos en señales extranjeras a fin de fondear los medios que solo se sostienen por publicidad
12. Limitar la incorporación de publicidad local a contenidos no locales – generalmente amortizados – a fin de no diezmar los ingresos de medios locales que producen contenidos.
13. Como lo enseña el derecho comparado y lo reclama UNESCO en 2008, además de ser una cuestión imperiosa para las fuerzas del trabajo, deben existir reglas que garanticen la transparencia en la titularidad de los servicios.
14. Es imperativo garantizar que las pautas se inserten en tanda a fin de no concentrar los ingresos en los centros de producción. Cuando la publicidad se

coloca en los llamados PNT el dinero queda concentrada en la productora y no sostiene a la tv y radio abiertas que solo viven de la publicidad.

15. Las pautas de publicidad oficial solo deben cursarse a medios que acrediten la contratación regular de sus trabajadores, tal como establece el artículo 64 de la ley 12.908 pero para todas las actividades. (ello surge también de las regulaciones de contratación para el estado. Decreto 430).
16. **Distribución y transporte: la UNESCO, tanto como la UIT** distinguen la distribución del transporte de contenidos. En la medida en que no se reconozca la diferencia entre ambos conceptos se multiplicarán las posibilidades de mayor concentración contra la posibilidad de promoción del pluralismo y la diversidad.
17. **Regulación asimétrica** es menester una clara concepción de explícita regulación asimétrica en el marco de cada sector y lo propio cuando se produce la presencia de operadores convergentes a fin de no dañar la sustentabilidad de un mercado por el subsidio cruzado de la ingresante emergente de la predominancia que traiga del sector de origen. En tal caso, una de las formas de contención pasa por el respeto de las incumbencias profesionales y la obligación de generar unidades de negocios por separados para no predar el mercado nuevo.
18. **En el marco de referir** las incumbencias profesionales, en el caso de los locutores se solicita Cuestiones inherentes al ejercicio profesional de locutores, incumbencias y formación académica.

La emisión de publicidad y la difusión de noticias con su lectura deberá respetar las incumbencias profesionales exclusivas de los locutores especificadas en el Régimen de Habilitación de Locutores Vigente.

El INSTITUTO SUPERIOR DE ENSEÑANZA RADIOFÓNICA (ISER) estará destinado a la realización y promoción de estudios, investigaciones, formación y capacitación de locutores, operadores, técnicos y otras profesiones relacionadas con los servicios de comunicación audiovisual,

La enseñanza básica que imparta el ISER será gratuita. La Autoridad de Aplicación proveerá para su funcionamiento el presupuesto necesario al que destinará el 10% de la recaudación por gravámenes.

La habilitación para actuar como locutor y demás profesiones que requieran autorización expresa, quedará sujeta al cumplimiento de los Regímenes de Habilitación vigentes o a la aprobación de las carreras dictadas por el ISER, sus adscriptos de nivel terciario o las instituciones universitarias públicas reconocidas por autoridad educativa competente y su posterior registro ante la Autoridad de Aplicación.

19. La publicidad debe ser de origen nacional. Solo excepcionalmente se admitirá publicidad extranjera para la cobertura de eventos globalmente difundidos, sometiendo las piezas a pauta local y con destino a medios que solo se sostienen por pauta publicitaria.

20. La producción, pauta y planificación deben ser integralmente realizados por la misma agencia de publicidad.

21. Es menester, como en el derecho comparado y existió virtuosamente, mantener un registro de agencias de publicidad

22. Cuando por excepción se curse publicidad en medios no nacionales, las sumas invertidas no deben deducirse del impuesto a las ganancias. Tal como ocurre en Canadá. A fin de fortalecer los medios argentinos.

23. Para no deteriorar el mercado de la publicidad y el ingreso de los canales y radios, que a nivel de América Latina tiene poco volumen económico pese a la cantidad de piezas y secundaje, es menester propiciar la existencia de medidoras, auditorías y fiscalizaciones que garanticen transparencia en la exhibición y en el cobro de los honorarios y gravámenes por la producción publicitaria.

24. Cada medio debe contar con servicio informativo propio.