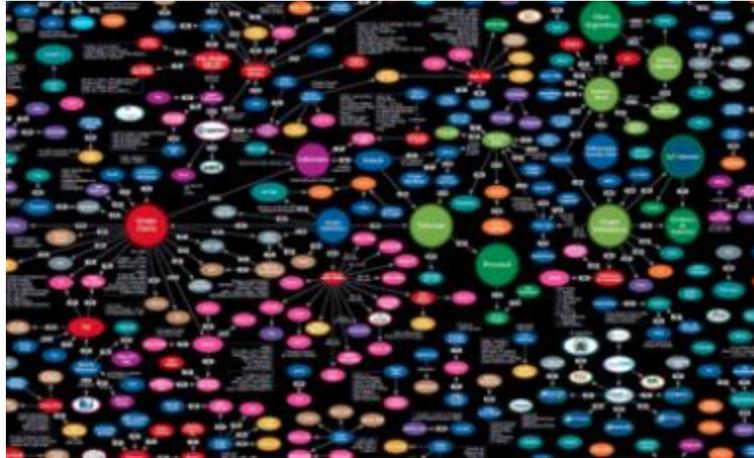


Hacia un negocio más concentrado

Por Bernadette Califano y Ana Bizberge

En Bastión Digital, enero de 2016.

Disponible en <http://ar.bastiondigital.com/notas/hacia-un-negocio-mas-concentrado>



La política de telecomunicaciones del gobierno puede derivar en un fuerte aumento de la concentración de la propiedad de los medios. Del DNU se desprende una concepción política que jugará en detrimento de las empresas de medios más pequeñas, la diversidad de voces y del ejercicio del derecho a la libertad de expresión.

A menos de un mes de haber asumido, algo queda claro en la estrategia política de la alianza Cambiemos y del camino que seguirán en políticas de comunicación: gobernarán por decreto y concentrarán todo el poder en el Ejecutivo, una actitud que dista del discurso prometido durante la campaña electoral acerca de la voluntad de diálogo y búsqueda de consensos.

El 30 de diciembre se anunció en conferencia de prensa el dictado de un decreto de necesidad y urgencia (DNU) que dispone la creación de un Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), para unificar los organismos de regulación (AFSCA y AFTIC) creados por las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) N° 26.522 y Argentina Digital N° 27.078. El DNU apareció en el Boletín Oficial varios días más tarde, el 4 de enero, tras retardar por varias horas su publicación, y al día siguiente se designaron las autoridades del nuevo organismo. En el ínterin, el juez de La Plata Luis Arias dictó una medida precauteladora con el objetivo de declarar la nulidad de las intervenciones de AFSCA y AFTIC, y evitar modificaciones a las normativas. Sin

embargo, el gobierno hizo caso omiso por considerar que el magistrado no tenía jurisdicción sobre el tema.

Los considerandos del DNU apelan al discurso de la convergencia de las tecnologías de información y comunicación, como “una realidad indiscutible en el mundo de hoy”, para argumentar que una armonización normativa requiere un ente único de control y es éste el que facilitará la defensa de la competencia y brindará seguridad jurídica para las inversiones y el desarrollo del sector. Además, afirman que la situación regulatoria actual genera “costos significativos para el interés general y perjuicios para los usuarios y consumidores”, sin fundamentar ni especificar a qué se alude concretamente con ello.

Existe una amplia literatura especializada que da cuenta de que no existe una relación directa entre la estructura organizacional y la efectividad regulatoria. De la lectura del decreto pareciera que se quiere atribuir al ente regulador cualidades que, por el contrario, son claves para interpretar la política de comunicación que el nuevo gobierno llevará adelante y las características que procurará imprimir sobre la configuración del sistema de medios.

El decreto modifica artículos puntuales de dos leyes que fueron debatidas y aprobadas por el Congreso de la Nación, y consensuadas y apoyadas por vastos sectores sociales, especialmente la Ley SCA. Estas modificaciones juegan a favor de los grandes multimedios, puesto que amplían los límites establecidos para la concentración de licencias (de 10 a 15), flexibilizan sus plazos, admiten prórrogas sucesivas que omiten todo tipo de audiencia pública o control ciudadano, y facilitan la transferencia de licencias entre empresas. Esto implica modificar artículos que habían sido declarados constitucionales por la Corte Suprema de Justicia de la Nación en el año 2013, en el marco de la causa llevada adelante por el Grupo Clarín.

El DNU favorece en particular a las empresas operadoras de TV por cable, cuya actividad queda comprendida bajo la Licencia Única Argentina Digital, y deja sin efecto los límites de concentración de licencias establecidos en la ley audiovisual (24 en todo el país y un tope del 35% del mercado). Por su parte, las empresas telefónicas recién tendrán la posibilidad de prestar legalmente servicios de TV por cable a partir del 1° enero de 2018, dejando abierta la posibilidad para que el ENACOM extienda dicho plazo por un año más.

El decreto crea un nuevo Consejo Federal de Comunicaciones que unifica los consejos federales asesores de las leyes 26.522 y 27.078. Cabe recordar que los organismos asesores tenían en su diseño un carácter plural, con representación de las distintas provincias, de asociaciones de medios con y sin fines de lucro, de universidades nacionales y de sindicatos, entre otros. La modificación dispuesta por DNU determina que, hasta tanto se especifique la composición del nuevo consejo, todas sus funciones serán ejercidas por el Ministerio de Comunicaciones.

Además, el Poder Ejecutivo concentra también todo su poder sobre el organismo regulador, puesto que nombra a cuatro de los siete miembros del directorio, quienes ya fueron designados el 5 de enero: Miguel de Godoy como presidente, y Heber Martínez, Alejandro Pereyra y Agustín Garzón como directores. El DNU establece que las decisiones se tomarán por mayoría simple y que, en caso de empate, el presidente tendrá doble voto. A su vez, el ENACOM no tiene que contar con todos sus integrantes para funcionar, pues dentro de las disposiciones transitorias se establece que queda legalmente constituido con cuatro miembros. Vale recordar que la otrora oposición (hoy oficialismo) demoró en su momento la integración de los organismos creados por la ley SCA, contribuyendo a retrasar su implementación. Esta total dependencia del ente de control del Poder Ejecutivo contradice todos los estándares internacionales establecidos en materia de libertad de expresión, además del mencionado fallo judicial de la Corte Suprema en la causa por la ley audiovisual.

En síntesis, esta medida –que no es ni necesaria, ni mucho menos urgente, como se está invocando–, puede derivar en un fuerte aumento de la concentración de la propiedad de los medios en la Argentina, cuyos índices ya son demasiado elevados. En la industria de la TV paga argentina donde la penetración del servicio en hogares supera el 80%, las cuatro principales empresas concentran el 80% de los ingresos del sector y más del 75% de los abonados. Estos elevados índices son comparables en la región a los de Colombia y Chile con porcentajes similares de penetración de TV paga (80% y 70% respectivamente), pero superiores a los de otros países como México (46%) o Brasil (47%), aunque en todos los casos las cuatro principales compañías concentran más del 50% de los abonados. La convergencia tecnológica es empleada aquí como justificativo para alentar una política pública en pos de la concentración de medios. Detrás del decreto se desprende una concepción política favorable a la libre competencia y al libre mercado, que inevitablemente jugará en detrimento de las empresas de medios más pequeñas, de la diversidad de voces y del ejercicio del derecho ciudadano a la libertad de expresión.

Las políticas de medios son el resultado de fuerzas (institucionales, técnicas y culturales) que actúan hacia una noción particular de orden social. Son construcciones sociales donde lo importante es el rumbo que se le quiera dar a dicho orden social. En la regulación de los sistemas de medios, a diferencia de otras industrias, no solo está en juego el valor económico sino también el simbólico de los bienes culturales. Por este motivo, las normas no pueden justificarse únicamente en aspectos tecnológicos y económicos.