

# Democratizar la palabra, redistribuir la riqueza

*El derecho social a la información y la libertad de expresión integran - junto al derecho a la vida, a la alimentación, al vestido, a la salud, a la educación, a la vivienda, etc.- el lote de derechos humanos básicos para ejercer a pleno la ciudadanía en una democracia participativa.*

La concentración de los medios de comunicación dibujó el mapa del oligopolio informativo cuya nave insignia es el Grupo Clarín. El proceso iniciado durante la última dictadura militar, y profundizado en el curso de la segunda década infame, se ha consolidado a partir de la claudicación de los gobiernos que se han sucedido desde el 10 de diciembre de 1983.

El inmenso poder acumulado por la superestructura del aparato comunicacional en la Argentina y el posibilismo en el que abrevan los gobiernos democráticos, que prefieren negociar antes que confrontar con la prensa hegemónica, explica mejor que cualquier otro argumento la subsistencia de la Ley de Radiodifusión de la tiranía militar firmada por los genocidas Videla, Harguindeguy y Martínez de Hoz.

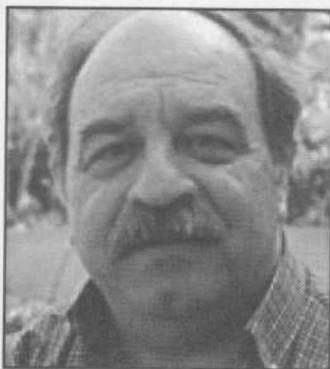
Una coalición integrada por más de cien organizaciones populares -entre las que figura la **Federación de Trabajadores de la Cultura y la Comunicación** (FETRACCOMCTA)- elaboró en el 2004 la Iniciativa Ciudadana por una Ley de Radiodifusión Para la Democracia. Una propuesta condensada en 21 puntos.

Desde hace más de dos décadas los trabajadores de la comunicación venimos repitiendo hasta el hartazgo que no hay justa distribución de la riqueza sin la democratización de los medios de comunicación.

De allí nuestra activa participación en la **Coalición por una Radiodifusión Democrática** y nuestra militancia para que de una buena vez tome estado parlamentario el **Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual**.

Democratizar la comunicación para avanzar en una justa distribución de la riqueza implica, entre otras cosas, desmontar el andamiaje de la concentración económica para terminar con la desigualdad social.

La Coalición por una Radiodifusión Democrática presentó el 9 de junio en el Anexo de la Cámara de Diputados sus 21 aportes para mejorar el anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, a la vez que reclamó el inmediato ingreso de la norma al Congreso de la Nación.



Por Juan Carlos Giuliani

Está claro que en este escenario político que atraviesa el país, la acción de todos los sectores debe estar orientada a que el anteproyecto pase a ser un proyecto y se discuta lo antes posible en el Congreso. No es verdad que no hubo debate, se discute una nueva ley desde el fin de la dictadura y esto costó sangre y muchas vidas.

Algunos de los puntos aportados por la Coalición por una Radiodifusión Democrática para mejorar el anteproyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual son los siguientes:

- “La revisión cada dos años - prevista en el último párrafo del artículo 38 - tiene una redacción que no es clara. El objetivo es revisar la disponibilidad de frecuencias fruto del mayor aprovechamiento del espacio radioeléctrico por aplicación de nuevas tecnologías, de manera tal que las “nuevas frecuencias” no se acumulen automáticamente a una licencia otorgada, posibilitando la prestación de nuevos servicios o la incorporación de nuevos prestadores, según decida la autoridad de aplicación. Por tal motivo sugerimos la siguiente redacción del último párrafo del artículo 38: “...a fin de asegurar el máximo aprovechamiento del dividendo digital, preservando los derechos de los titulares de licencias al momento de la revisión.”
- Promover la diversidad a través de la incorporación de los prestadores de diferente tipo, fundamentalmente del sector de gestión estatal, comunitario y Pymes, es uno de los objetivos del proyecto de ley; razón por la cual entendemos que hay que limitar el número de licencias en una sola persona física o jurídica. En tal sentido proponemos reducir el máximo de licencias permitidas para un mismo operador de 10 a 4 (cuatro) en todo el país y de tres a dos por área local.
- Las niñas y niños menores de 13 años no tienen capacidad de discernimiento frente a mensajes publicitarios. En la Unión Europea la Directiva Televisión sin Fronteras adoptada el 3 de octubre de 1989 y modificada el 30 de junio de 1997, fue concebida para armonizar el marco jurídico de las actividades de las cadenas de televisión en la Unión Europea; según una de sus disposiciones, la publicidad por televisión no debe incitar directamente a los menores a comprar “explotando su inexperiencia y su credulidad”. Fuera de ese marco, cada país miembro es libre de aplicar sus propias

reglas. En Suecia, la publicidad por televisión dirigida a los niños está absolutamente prohibida. En Luxemburgo y en Bélgica, está vedada cinco minutos antes y después de los programas para niños. En Italia, los dibujos animados no pueden ser interrumpidos con anuncios publicitarios. Y en Dinamarca, existe un acuerdo entre el Estado y TV2 sobre las restricciones a la publicidad destinada a los niños. La Comisión de Defensa del Consumidor de la Cámara de Brasil aprobó en el 9 de julio de 2008, un proyecto de ley que prohíbe cualquier propaganda destinada a niños y niñas con hasta 12 años de

edad y establece restricciones a la publicidad destinada a adolescentes entre 12 y 18 años. Por lo anteriormente fundamentado proponemos incluir en el artículo 59 el inciso d) que dice "d) se prohíbe la emisión de publicidad dirigida a niñas y niños menores de 13 años".

- El espíritu de la ley es garantizar la mayor transparencia posible e información pública respecto a la titularidad de las licencias, condiciones técnicas aprobadas, propuesta cultural por la que se adjudicó dicha licencia, etc.; por este motivo estimamos conveniente que en la "Carpeta de Acceso Público" exigida a cada medio, se deba incluir la forma y fuentes de financiamiento con la nómina de anunciantes incluyendo el monto facturado en los meses anteriores; esta es una manera de transparentar los intereses económicos que operan en cada medio y de hacer público los montos de la publicidad estatal y privada que reciben los licenciatarios. Creemos, además, que lo más conveniente es establecer la obligación - por parte de licenciatarios y autorizados - de "publicar la Carpeta de Acceso Público en Internet"; de manera tal que el acceso sea realmente fácilmente asequible para todos los ciudadanos. Por lo tanto agregamos al literal d) del artículo 61, la obligación de informar "la forma y fuentes de financiamiento con la nómina de anunciantes incluyendo el monto facturado en los meses anteriores; y mantener publicada y actualizada en Internet."

- Publicidad en servicios por suscripción. Entendemos que la democratización del acceso a la comunicación audiovisual no solo se debe abordar legitimando a los tres tipos de operadores, si no también, garantizando que el público en general pueda disfrutar de los medios de comunicación sin necesidad de pagar un abono, por ello la política pública debe favorecer el financiamiento - por medio de publicidad - de los sistemas de comunicación audiovisual de acceso gratuito. Por este fundamento planteamos que en el artículo 69 se

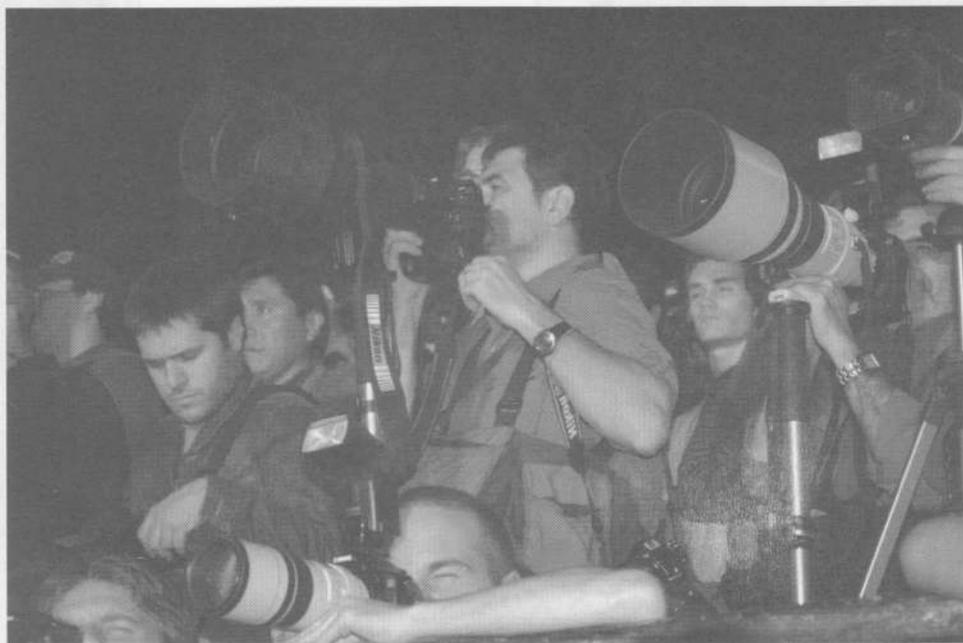


Foto: Hugo N. Mamani

incorpore un literal que exprese: "prohibir la publicidad en servicios de comunicación audiovisual por suscripción salvo en la señal de producción propia". En el mismo artículo proponemos incorporar otro literal que establezca la "prohibición de emitir Publicidad No Tradicional con excepción de publicidad estática en eventos públicos". Consecuentemente en el artículo 82, se debe eliminar la frase: "...y no tradicional..."

- El Decreto 527/2005 estableció la suspensión de "los términos que estuvieren transcurriendo de las licencias de servicios de radiodifusión o sus prórrogas..." por el plazo de 10 años. La futura ley deberá contener una disposición transitoria que disponga la reanudación de los plazos originales. Ello le permitiría a los actuales licenciatarios beneficiarse con el tiempo transcurrido durante la suspensión a la vez que eliminaría el manifiesto desajuste entre la norma reglamentaria y la ley. Con esta motivación planteamos agregar un último párrafo al artículo 143, con la siguiente redacción: "A partir de la vigencia de esta ley reanúdense los plazos suspendidos por el Decreto N° 527/2005".

La soberanía comunicacional no se declama, se ejerce. Y para ello es necesario voluntad política, conciencia colectiva y fuerza popular organizada. La disputa a fondo con el poder reclama coherencia. No admite fuegos de artificios ni doble discurso.

**Juan Carlos Giuliani**

Secretario de Comunicación y Difusión de la CTA

Más información en:

[www.agenciacta.org.ar](http://www.agenciacta.org.ar)

[www.coalición.org.ar](http://www.coalición.org.ar)

[www.farco.org.ar](http://www.farco.org.ar)