



REPÚBLICA ARGENTINA

V E R S I Ó N T A Q U I G R Á F I C A
C Á M A R A D E S E N A D O R E S D E L A N A C I Ó N

**REUNIÓN PLENARIA DE LAS COMISIONES DE SISTEMAS, MEDIOS DE
COMUNICACIÓN Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE DERECHOS Y
GARANTÍAS**

Salón de las Provincias – H. Senado de la Nación

10 de mayo de 2016

**Presidencia de la señora senadora Liliana Beatriz Fellner y del señor senador Luis
Carlos Petcoff Naidenoff**

PUBLICACIÓN DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE TAQUÍGRAFOS

- *En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el Salón de las Provincias del H. Senado de la Nación, a las 14 y 13 del martes 10 de mayo de 2016:*

Sra. Presidenta (Fellner).- Buenas tardes. Damos comienzo a esta reunión conjunta de la Comisión de Sistemas, Medios de Comunicación y Libertad de Expresión juntamente con la Comisión de Derechos y Garantías.

Quiero comunicarles que el día 27 de abril ambas presidencias de comisión hemos recibido una nota de parte de ADIRA –Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina– y de AFERA –Asociación Federal de Editores de la República Argentina–, a fin de pedir esta reunión para dar a conocer la problemática del sector.

Ustedes saben que están presentes casi todos los medios gráficos del interior del país, que reúnen tanto ADIRA, que es todo el interior, y AFERA, que es interior e incluso Buenos Aires.

En este sentido, doy la bienvenida a todos los representantes y a los presidentes de ambas asociaciones. Por AFERA está el señor Gustavo Isaack, y por ADIRA, el señor Jorge Botta. Ellos han presentado un video de diez minutos que habla de la problemática del sector, así que los invito a que veamos este video.

- *Se reproduce un video en la pantalla gigante.*

Sra. Presidenta (Fellner).- Planteada la situación, le doy la palabra al presidente de ADIRA, el señor Jorge Botta; luego, al presidente de AFERA, Gustavo Isaack; y después, comenzaremos con las preguntas de los señores senadores y senadoras.

Sr. Botta.- Muchas gracias por acompañarnos.

En realidad es bastante difícil ser más explícito de lo que ha sido este video que ha sido bien claro, por cierto, sobre cuál es el cuadro de situación que hoy atravesamos los medios. Yo represento a los diarios del interior y podría ahondar en algunos detalles de algunas situaciones puntuales que realmente nos preocupan y hoy estamos tratando de llevar adelante en esto que de alguna manera llamamos crisis, y que en realidad es un camino que viene avanzando desde hace un buen tiempo.

En realidad, lo más común cuando hablamos de crisis de los diarios o de la problemática que afrontamos los diarios en papel, tiende a confundirse o a volverse explícita la percepción de que en realidad lo que nosotros hacemos se está volviendo viejo, que las nuevas tecnologías son las que tienen el futuro por delante y que es inexorable nuestro futuro.

Yo creo que es bastante más complejo. Hay una confluencia de situaciones que hacen que esto sea así. En muchos lugares el diario no ha perdido la esencia, el diario sigue siendo el eje constructor de la información. Fundamentalmente, en nuestro país y en el interior, la relación o el vínculo que se establece entre las comunidades y el diario es muy fuerte. La mayoría de nosotros tenemos muchos años de permanencia en nuestras comunidades y hemos generado vínculos, un montón de actividades y una situación de ser referentes de nuestros lugares, que va más allá del producto que nos contiene. Nosotros generamos contenido y reflejamos lo que sucede en nuestras comunidades. Hacer eso tiene un costo. La verdad es que hoy hacer un diario, más allá de los avances tecnológicos, no ha cambiado demasiado en la manera en que se hacía hace algunos años atrás. No pudimos, en muchos casos por cuestiones de situaciones de mercado, evolucionar tecnológicamente con nuevas maquinarias y nueva tecnología para estar acorde a lo que hoy el mundo moderno nos demanda. Pero esa es una cuestión que se podría resolver.

Hay otros elementos que hacen que nuestro producto sea, necesariamente, lo que nosotros denominamos mano de obra intensiva. Porque un diario tiene una cuestión de confluencia de horario, de tiempo, de fabricación de ese elemento. Realmente necesitamos de toda esa gente que todos los días hacen este producto de contenido que lleva lo que sucede en

nuestras comunidades y que, de alguna manera como decía el video, después se difunde gratuitamente por otro formato. Pero el costo de producirlo centralmente está dado por la producción que generamos las redacciones. Eso ustedes como senadores del interior lo conocen perfectamente, tienen el contacto y no es algo novedoso. Es simplemente poner lo blanco sobre negro, de hacerlo explícito para entender de dónde surge.

El problema de fondo que nosotros entendemos es que si esta evolución tecnológica hace que se vayan achicando cada vez más las redacciones por cuestiones de costos, en general lo que va a haber es una degradación del producto, a tal punto que probablemente se pierda. Lo que más nos preocupa en muchos casos es que si una redacción se cierra, si una estructura periodística como esta se cierra en un pueblo o en una ciudad del interior es irremplazable. No hay otra forma de que se vuelva a reconstruir este patrón que fue generando periodistas profesionales, diseñadores, los gráficos que todos los días se imprimen en el diario. Más allá de la mano de obra especializada y puntual, la forma de generar una estructura periodística que contenga y que represente la diversidad de nuestras comunidades, es muy poco probable que se vuelva a construir una nueva.

Seguramente va a haber formas de comunicación: radios y, también, algún sitio de Internet. Sin embargo, como estructura periodística que pueda representar la diversidad, estamos convencidos de que es muy difícil, salvo las grandes ciudades del interior; pero en nuestra entidad, el 90 por ciento no son de grandes ciudades, sino que son de pequeños pueblos del interior del país. Esos son los que hoy están necesitando una ayuda, un empujón para poder salir adelante.

Como bien reflejaba el video, es seguro que habrá una evolución hacia nuevos soportes; pero no están dados los tiempos todavía. Hace falta evolucionar y avanzar mucho para que lo que hoy es gratuito tenga alguna forma de compensación; si no, será muy difícil que podamos seguir haciendo esto que hacemos, bien o mal, en el sentido de que a algunos les gusta más que a otros. En definitiva, representamos la diversidad de cada una de nuestras ciudades. Por lo menos, para aquellos que representamos al interior está más que claro que eso es así. Cada día, de alguna manera, nos impulsan y nos acompañan en este desafío.

Así que, simplemente, era para expresar estas cuestiones que hoy nos preocupan y que con mucho esfuerzo hacemos para tratar de saltar esta etapa, siempre pensando en un horizonte que, en algún momento, podamos revertir y poder seguir siendo parte de nuestras comunidades.

Sra. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra el presidente de AFERA, Gustavo Isaack.

Sr. Isaack.- Me quiero sumar a lo expresado por Jorge Botta.

Quiero agradecer a las comisiones de Libertad de Expresión y de Derechos y Garantías de este Senado por el hecho de poder compartir con ustedes la problemática que tenemos hoy en los medios gráficos. Entendemos que debe ser compartida porque en este esquema se juega mucho más que un sector empresario, sino que estamos jugando principios constitucionales.

Jorge recién decía lo que representaba el medio gráfico en el interior del país. En este sentido, siempre cuento una anécdota. En mi ciudad dicen que si uno se murió y no salió en la necrológica del diario, que visite nuevamente al médico porque seguramente no se ha muerto. ¿Qué quiero decir con esto, que parece que es una broma? Con esto quiero señalar, en realidad, la relación que tiene la gente con sus medios en el interior del país. Es parte de su idiosincrasia, parte de su cultura y es un tema indisoluble.

Para esto tenemos que entender qué ocurrió en el país en los últimos años. En el video vimos todas las cuestiones objetivas que hacen a la crisis del sector que viene –como decía Jorge– desde hace años. En el año 2008, los costos fijos, los costos laborales –tal como lo explicó Jorge, tenemos mano de obra intensiva– representaban el 38 por ciento del costo de un medio. En el año 2016, el costo laboral representa hoy del 55 al 62 por ciento del costo del

medio y en algunos lugares del interior del país llegan hasta el 70 y el 72 por ciento. Digo esto porque, si bien estamos en un país federal y las paritarias se juegan generalmente en el Ministerio de Trabajo en la Capital Federal, el diario de Ushuaia, de Formosa y de Chaco pagan prácticamente los mismos salarios que se fijan en todo el país. Por eso, los ingresos son muy inferiores y los egresos son muy superiores.

Entonces, en esa relación también tenemos que los costos de lo que es el papel y la tinta, que son las bases de la actividad, en 2008 representaban un 15 por ciento del costo y hoy está entre el 28 y el 30 por ciento; esto sumado a la gran presión fiscal que hay.

Por lo que vimos, las leyes de competitividad en un momento nos permitieron compensar el IVA con los aportes y cargas sociales, y luego fue eliminado en 2003. Esto generó que muchas empresas se endeudaran con la seguridad social y, después, implicó que algunos recurrieran a la justicia. Fue la famosa medida cautelar discutida que duró durante diez años en la justicia. Los que no tuvieron la posibilidad de acceder a la justicia, se endeudaron y obtuvieron en el año 2008, primero, un canje de deuda por publicidad oficial, que fue reglamentada en 2009. Posteriormente, con el decreto del año 2014, un nuevo canje se reglamentó en 2015, que fue prorrogado por el nuevo gobierno hace poco tiempo; pero aún se encuentra pendiente, si bien los medios presentaron toda la documentación, la firma de los convenios para compensar dichas deudas.

A esto no lo podemos sacar la irrupción del tema de Internet de los últimos años, que es una cuestión central. Los diarios seguimos siendo quienes marcamos la agenda de la comunicación en la Argentina. A las 6 y media de la mañana, cuando uno prende la radio, el periodista lee el diario, el diario local, el diario nacional. De ahí comienzan a generarse todas las noticias; pero nos encontramos con que estos diarios generan el contenido –o sea, sus periodistas generan el contenido–, cargamos con los costos y, después, tenemos que la gente ingresa a los buscadores de Internet, busca la noticia, tiene la noticia a mano –lo que es un derecho a la libre información y no lo ponemos en tela de juicio–, pero quien carga con todos los costos es el medio y, después, eso lo distribuyen gratuitamente en los buscadores; que asimismo venden publicidad en esos mismos buscadores, incluso, publicidad oficial y política en las épocas eleccionarias. ¿Por qué? Porque como acceden a mayor cantidad, a un universo mayor de gente, con el contenido del propio diario usufructúa los beneficios y el diario queda con los costos.

También quiero hacer una disquisición porque estas son las causales objetivas. Las causales objetivas son muy simples. Se las estoy comentando y las comentó Jorge. Son las más fáciles de reconocer. Pero también tenemos algunas que hacen a la Constitución de nuestra Nación y es el famoso tema del unitarismo y federalismo. Estamos en un país federal para declamarlo, pero después cuando las cuestiones terminan definiéndose, lo hacen de manera unitaria.

Relacionado con esto, menciono el tema de la publicidad también. Los ingresos de los medios, al margen de su circulación, pasan por el tema de la publicidad. Pero desde los últimos años, con los cambios que ha habido en los temas de publicidad, las centrales de medios se establecen en la Capital Federal. Desde la Ciudad Autónoma de Buenos Aires distribuyen la publicidad para todo el país, con lo cual no hay una verdadera correlación entre los ingresos que obtienen las empresas en las distintas provincias con cómo se administra la publicidad. Si a eso le sumamos que los costos laborales son los mismos, la injerencia en publicidad es mucho más barata, es imposible el sostenimiento si no generamos una normativa que permita subsistir a esos medios.

Para permitir subsistir, quiero entrar a otro tema relacionado con las cuestiones subjetivas. Para hablar de todo esto, tenemos que hablar necesariamente de dos o tres palabras que continuamente repetimos: el pluralismo, la libertad de expresión y la democracia. Estas tres palabras sobrevuelan continuamente la política argentina y lo

escuchamos a diario. Pero la utilización de esas palabras depende del prisma con que cada uno ve la realidad argentina. Entonces, a veces, es todo blanco y, a veces, es todo negro y nunca encontramos un camino realmente para proteger lo que tenemos que proteger, que es la libertad de expresión fundamentalmente y el pluralismo.

La explosión de las comunicaciones trajo un problema, que es la diferenciación entre comunicación e información. Digo que siempre la información es el diario, el noticiero, cuando uno se nutre de la noticia ya trabajada. Después, está la comunicación, que es cualquier forma con la que llego al cuerpo social. Ahora está muy de moda hablar de las redes sociales, pero las redes sociales, si bien tienen información, no siempre es fidedigna. Es depende de la subjetividad del que sube su mensaje a la red social y dice su verdad. Pero, sin embargo hay muchos que toman las redes sociales como verdades reveladas. Eso genera el problema que hay entre información y comunicación, donde el dique que existe entre una y otro es muy finito y cada día más fino. Entonces, nos encontramos con distintas verdades sobre distintos temas y nunca con información objetiva y real de lo que debe ser el tema.

Eso, específicamente, es muy importante porque en el país lo estamos viendo ahora y, de acuerdo al prisma en el que vemos las noticias, tenemos realidades diametralmente opuestas. No puede ser que sea de día para algunos y de noche para otros. No puede ser que haya sol y llueva a la vez y, por lo menos, si es así, tengámoslo claro y, por lo menos, digamos las cosas como son.

Es tal el volumen de información con que nos bombardean día a día que es difícil hasta para nosotros mismos distinguir lo que es real de lo que deja de serlo. Escuchamos tantas cosas y, ahora incluso, hay muchos que habla de las redes sociales como un nuevo sistema de comunicación que ya no sabemos dónde empieza la información y dónde la subjetividad.

Este dique de contención del que estoy hablando lo generan, fundamentalmente, los medios. Tanto los medios gráficos con el radial y el televisivo, cuando hablo de medios hablo, hablo de todos los medios en general. Julio Ramos, que fue el fundador del diario *Ámbito Financiero*, en el libro *Cerrojos de la Prensa* que tiene casi 20 años, dijo que la difusión no sólo es uno de los poderes más importantes, sino el más decisivo y permanente en la sociedad. Y, si mantiene deformaciones lo impregna todo. Quizá debamos analizar esa frase porque quizás, más allá de lo que nos pase como medios de comunicación, creo que lo que nos pasa como país es un tema que debemos repensar.

Esto es lo nuevo. La UNESCO en el año 89 generó lo que dio en llamarse la nueva estrategia de comunicación, que establece tres puntos fundamentales: uno era la libre circulación de la información Nacional e Internacional que es una forma de sostener que no haya bloqueos en cuanto a la información. Al margen de eso, promover una discusión mucho más allá y, al margen de eso, promover una discusión mucho más amplia y equilibrada de la información, o sea, escuchar todas las voces. Y, fundamentalmente, fortalecer las capacidades de los países en desarrollo para las nuevas estrategias comunicacionales.

Por eso, el pluralismo en los medios de información garantiza la libertad de expresión. Y cuidado con los conceptos. No podemos confundir libertad de expresión con libertad de empresa. Tengamos mucho cuidado con eso. Acá estamos discutiendo a los medios de comunicación como empresas privadas, pero son más que empresas privadas. Son empresas privadas de interés público. Entonces, si queremos realmente es tener pluralidad de voces, lo que tenemos que proteger es la empresa privada de interés público. ¿Por qué? Porque tenemos que tomar ejemplos de países desarrollados y, como vimos en el video, en los países desarrollados, fundamentalmente, secundan al segundo diario. ¿Qué quiere decir eso? No es importante el primer diario, es mucho más importante la existencia del segundo diario, aunque no tenga lectores, aunque pueda transmitir lo importante, porque lo importante es la transmisión. Si no hay diversidad, vamos a terminar en ideas unívocas.

Entonces, cuidado con los parámetros de la circulación y los de la penetración porque, como decía Jorge recién, en cada ciudad uno tiene la relación con su medio y su medio tiene esa relación con sus habitantes. Entonces, lo que tenemos que propender es que ese medio siga existiendo siempre, aunque el medio sea deficitario; porque este no es un problema de déficit o superávit, debemos sacar ese concepto de empresa para analizar medios de comunicación, medios de comunicación debemos hablar de libertad de expresión y, fundamentalmente, de pluralidad. Y así lo establecieron en el año 1994 con la Reforma Constitucional. En el artículo 75, lo que se llamó “La cláusula del progreso” estableció concretamente a los medios como bienes culturales.

Sin embargo, la única ley que sacó este país sobre bienes culturales fue una ley en un momento determinado con una coyuntura política determinada y para beneficiar un determinado esquema, lo cual no pongo en tela de juicio, pero debería haber sido mucho más amplia para proteger a todo el espectro de medios que existen en el país.

Por eso creemos que es necesario que, en estos momentos en que hay una gran revolución a nivel de las comunicaciones, a nivel de la información...

Leía el otro día que Internet ha producido que haya un cambio en el ADN de la comunicación, todavía nos falta cambiar el ADN de los periodistas y el de los medios. Creo que es una materia pendiente que tenemos todavía. Pero, fundamentalmente debemos propender en conjunto todos los medios para cerrar viejas discusiones que no hacen más que volver a la univocidad de palabras y debemos trabajar por el pluralismo. Para ello, necesitamos, todos: medios gráficos, radiales y televisivos una ley de bienes culturales que ponga blanco sobre negro y le ponga claridad a las relaciones, sobre todos, de los gobiernos con los medios. Y digo esto porque no pueden ser los medios una variable de disciplinamiento de la información. Y esto lo quiero decir con todas las letras: ni el exceso, ni la falta. Porque, en definitiva estamos restringiendo o, a lo mejor estamos condicionando la pluralidad de voces. Fundamentalmente, ese es el planteo que queremos hacer más allá de las cuestiones objetivas, como muy bien lo planteó Jorge, el presidente de ADIRA. Queremos plantear la cuestión conceptual y esa es una función porque la Constitución Nacional ha delegado en este Congreso esa regulación.

Entonces, es el lugar donde venimos a pedirlo. No vamos ni a la Secretaría de Medios, ni al gobierno nacional. Venimos a donde dice la Constitución que están representadas todas las voces en el país, que es este Congreso. Y, de hecho, pedimos que se aboquen a este tema y nos ofrecemos a trabajar conjuntamente con ustedes.

Sra. Presidenta (Fellner).- Muchas gracias.

Son temas que estamos tratando y son temas de la comisión, así que seguramente de acá surgirá un trabajo en conjunto.

Tiene la palabra el señor senador Abal Medina.

Sr. Abal Medina.- Muchísimas gracias.

En primer lugar quiero agradecerles y darles la bienvenida a los dos presidentes de las sociedades y a todos y cada uno de los editores y editoras de todos los medios de la Argentina que nos acompañan y, especialmente, a los de la provincia de Buenos Aires.

Comparto, absolutamente, el video y las exposiciones. Estamos ante un tema complejo, pero enormemente importante. Pocas dudas tenemos, todos nosotros, que las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, que seguimos hablando en conjunto, están transformando el mundo. Y lo están transformando con una velocidad y un impacto que, a veces, cuesta pensarlo por la propia velocidad de los cambios.

Hay un teórico, Paul Virilio, que siempre define a este problema que tenemos en la actualidad como: “dromocracia”, como el reino de la velocidad, como el gobierno de la velocidad.

Siempre pienso que la humanidad tardó decenas de miles de años en pasar de la

palabra hablada a la palabra escrita; miles de años, de la palabra escrita a la palabra impresa; cientos de años, de la palabra impresa a la palabra radiofónica y decenas, a la palabra en la televisión y así sucesivamente: WhatsApp, Telegram, etcétera. Y una tras otra que viene corriendo con una velocidad y una transformación tan brutal que los cambios van mucho más arriba de nuestra capacidad propia regulatoria, incluso, de pensar cuál es el verdadero impacto de estas cuestiones.

Esto es especialmente notorio y, por lo tanto, especialmente importante cuando hablamos de los temas que estamos hablando hoy acá. Porque estamos hablando hoy –como muy bien decían ambos presidentes de las entidades– de una industria, pero también de los pilares centrales sobre los que se edifica nuestra democracia: la libertad de palabra, la libertad de opinión, la libertad de información. Son problemas absolutamente centrales, constitutivos a nuestra propia forma de gobierno. Esto no tiene que ver simplemente con que uno pueda acceder a cualquier información, sino que esa información exista y pueda llegar a uno.

A mí me tocó llegar en algún momento vivir en Estados Unidos, haciendo mi doctorado, y me acuerdo que en Estados Unidos, por ejemplo, prácticamente no hay medios nacionales gráficos; hay simplemente un diario nacional. Porque cada uno en su localidad lee el diario local, y lo que le importa centralmente es el diario local y cómo eso es visto y tomado para pensar y discutir la política.

En el resto de los países que no tenemos una estructura tan fuertemente federal, acá tenemos un problema. Es un problema fuerte, que no solo tiene que ver con ciudad-provincia, ciudad-interior, estas cuestiones tan trascendentes de nuestra historia, sino con temas mucho más cercanos y mucho más contingentes de la capacidad que tienen estos medios de poder moverse en este espacio cada vez más complejo y más difícil.

Por lo tanto, estoy absolutamente convencido de que tenemos que trabajar en la temática, que tenemos que pensar propuestas concretas que mejoren el funcionamiento de todos los medios que realmente generan información. Estoy totalmente de acuerdo. La posibilidad de reproducir esa información es nada costosa: yo, con mi Twitter, reenvío algo que quizás a un medio le costó un montón de trabajo, esfuerzo y producción; y yo lo mando por un tuit y le llega a no sé cuántas personas prácticamente sin darme cuenta. Estos son los problemas reales que tenemos hoy, que tenemos que atender con mucha decisión y, a la vez, con mucho cuidado para pensar realmente cómo podemos lograr esta cuestión.

Acá mi pregunta o mi pedido concreto a los dos presidentes de las entidades: yo sé que existen en el mundo, especialmente en los países europeos, bastantes iniciativas y bastante legislación, que podemos tomar en términos de legislación comparada, sobre las medidas de ayuda directa e indirecta para los medios. Les preguntaría y les pediría que nos hagan llegar ese conjunto de iniciativas para ver realmente cuáles tienen un impacto positivo y nos permiten seguir trabajando por una sociedad más plural y en la que todas las voces puedan escucharse.

Sra. Presidenta (Fellner).- La pregunta está planteada. Hacemos la pregunta y la contestación, ¿les parece?

Adelante, por favor.

Sr. Botta.- En realidad, hay muchas opciones y variantes. Claramente, podemos abreviar en lo que han realizado estos países para tomar en consideración. Sin dudas, las características de nuestro país ameritan que nos enfoquemos en las cuestiones particulares y tratemos de adaptarnos para que sea apropiada a cada uno de los lugares. No es algo homogéneo ni se puede trasladar directamente.

Sin embargo, creo que hay mucho por trabajar. Esta información está disponible. De hecho, buena parte del trabajo que se expuso acá mediante el video es muchísimo más amplio; se trató de condensar porque, obviamente, los tiempos de la exposición eran acotados. Pero sin dudas amerita un trabajo consciente. Creo que todo es mejorable; la

cuestión es de qué forma se aborda, cuáles son los objetivos finales a los cuales queremos llegar.

Así que sí, hay mucho. Hoy sería un poco apresurado de mi parte hacer una propuesta concreta; pero, como decía Gustavo, estamos disponibles para trabajar en conjunto y, fundamentalmente, para reflejar la diversidad. Porque no es solo la diversidad intrínseca de cada lugar sino también la vasta geografía de nuestro país las que hacen que las realidades regionales sean también diferentes; y creo que es importante poder atenderlas en un proyecto que nos contenga a todos.

Sra. Presidenta (Fellner).- Adelante.

Sr. Isaack.- Una sola cosa.

La gran problemática que tenemos es cuando abusamos de la ideologización respecto de cómo planteamos el tema. Los países europeos, que nadie los podrá acusar de estar a la izquierda de nadie, plantean el tema de la subvención como algo natural. Hay subvenciones directas e indirectas. Nosotros, cada vez que tenemos que hablar de una subvención, es una discusión ideológica que nos lleva años, como si la subvención fuera algo malo y la no subvención fuera algo bueno, o al revés. Digo esto porque hay que salir y romper un poco con las estructuras que tenemos para poder plantear estos temas.

En Europa también reciben ayuda directa e indirecta no solamente los medios; en Francia la reciben, por ejemplo, los distribuidores. Nosotros tenemos un alto costo de flete. Cuanto más en el interior del país estamos, la nafta es mucho más cara, el flete es mucho más caro, y la posibilidad de las distancias es mucho más complicada. En ese esquema, hay algunos países que han decidido y han tomado el tema de la distribución como una forma de colaborar con la llegada de la información a otros lados.

O sea, las fórmulas son innumerables; es cuestión de sentarse a pensar sin preconceptos. Porque creo que acá está en juego algo mucho más importante, que son los principios constitucionales. Los principios constitucionales son básicos para todos, no importa el partido político que sea ni la idea económica que tenga. Entonces, todo lo que sea para defender esos principios constitucionales creo que es una herramienta válida para conversarlo, consensuarlo y llegar a acuerdos.

Sra. Presidenta (Fellner).- Muchas gracias.

Tengo un pedido de palabra de la senadora Kunath.

Sra. Kunath.- Gracias, presidenta; gracias a ambos presidentes; gracias a ambas asociaciones, de diarios y de editores, y a todas las personas que nos acompañan hoy en este encuentro de comisiones.

La verdad es que uno pensaba, mientras veía el video y escuchaba las exposiciones, que evidentemente hay cambios de paradigma en cuanto a las nuevas tecnologías que no podemos desconocer. Pero el desafío desde lo legislativo, desde lo comunicacional o desde lo cultural debe ser precisamente la convivencia de estas nuevas tecnologías con algunos medios que marcan la impronta a nuestras localidades. Me refiero a esto que se decía tal vez como un toque simpático, pero que es real: el hecho de las necrológicas publicadas en los diarios del interior. Creo que son notas que nosotros no podemos desconocer y que hacen verdaderamente a la idiosincrasia de nuestros medios.

Pensaba también en los desafíos que nosotros tenemos como una petición puntual del sector frente a lo que podemos hacer desde nuestro trabajo legislativo, y aceptar el desafío de trabajar en conjunto en nuevas normas.

También pensaba en lo que se ha trabajado en esta comisión en meses anteriores en relación con otros proyectos y con otras leyes. Y que hemos introducido conceptos como la convergencia, pero tal vez desde otro lugar: hablando de los medios de comunicación audiovisual. Por eso, este es un primer punto que también me interesaría escuchar la opinión de los expositores, o dejarlo como para tratamiento de la comisión.

Otro de los puntos respecto de los cuales me interesa que tengamos una mirada más en detalle y les pedimos el aporte es en cuanto a algo que se mencionaba en el video, que es la ley 26.982, que estableció las alícuotas del IVA de carácter diferencial: cuáles fueron los resultados y el impacto de esta legislación. Y en caso de que ustedes tengan alguna propuesta de modificación de esta legislación, también les pedimos que las hagan llegar.

Otro de los temas en el que me interesaría también contar con mayor detalle es en cuanto a lo que dijo el señor Isaack en relación con la pauta oficial y la falta de firmas de algunos convenios que tenían que ver con compensaciones, y cuál es la situación y el impacto sobre esto.

En definitiva, también celebro que podamos trabajar en conjunto en estas comisiones. No era la agenda original, ya que la semana pasada teníamos otra reunión prevista, que había sido convocada por la presidenta de la comisión, la senadora Liliana Fellner, en la cual habían sido convocados funcionarios del Poder Ejecutivo nacional; pero por motivos ajenos a nuestra intención como senadores y senadoras, esta reunión no se dio.

Así que este es el desafío de estar a disposición; y también les pido que nos hagan llegar, en caso de que ustedes las tengan, propuestas concretas de modificación sobre estos puntos. Muchas gracias.

Sra. Presidenta (Fellner).- Gracias, senadora.

Adelante.

Sr. Carbone.- En relación con la pregunta de la señora senadora vinculada con el tema de convergencia, deberíamos clarificar inicialmente que existe un preconcepción, que es bueno derrocarlo o por lo menos debatirlo, y es que la convergencia es un concepto exclusivo de los medios audiovisuales.

En realidad, la convergencia surge muchísimo antes; no es privativa de los medios audiovisuales. Y los medios gráficos vivimos permanentemente en situaciones de convergencia fácticas. De hecho, es necesario un parámetro legislativo sobre esa base, porque, como son áreas fronterizas que se entrecruzan, generan permanentemente conflictos. Ejemplo: es inconcebible hoy que cualquier medio gráfico no tenga su plataforma *web*; consecuentemente, ahí ya ingresamos necesariamente al medio audiovisual. Hoy en día, cualquier cronista que levanta una nota, probablemente, desde cualquier dispositivo tenga acceso a imágenes *HD* para llevarlos al sitio *web* del diario. Ahí tenemos un claro ejemplo de cómo saltamos de un mundo estrictamente gráfico a un mundo claramente audiovisual. Esta frontera indica la necesidad de una regulación del tema convergente. Fíjense que surge desde la gráfica, no surge necesariamente desde el mundo audiovisual. En realidad, la primera convergencia surge desde la redacción. Hoy en día ningún medio en sí mismo puede sobrevivir si, por lo menos, no es biplataforma, y de ahí en adelante hacer multiplataforma. Léase gráfica, léase *web*, quizá esté vinculado con una radio local, quizá esté vinculado con un canal local. Entonces, la generación del contenido surge de una redacción y desde esa redacción el contenido será adaptado a la gráfica, a la *web*, al medio radial o al medio audiovisual. O sea que el núcleo generador inicial de la convergencia es la redacción, nuevamente el centro de la gráfica.

Entonces, desde ese punto de vista también entiendo que hay una tentación de creer que la convergencia es netamente audiovisual, justamente, por la incidencia de las tecnologías; pero en realidad ha comenzado mucho antes y está en la industria gráfica claramente indicada. Esto también después lleva a otra serie de problemas que probablemente sean materia de iniciativa nuestra cuando la presentemos, que es la discusión de la propiedad intelectual, ya sea por el tema de los buscadores –como bien se nombró–, ya sea en relación a la producción de los contenidos que usufructúa un tercero o un sistema multiplataforma.

Sra. Presidenta (Fellner).- Gracias doctor Carbone.

Tiene la palabra el señor senador Petcoff Naidenoff.

Sr. Presidente (Petcoff Naidenoff).- Primeramente, quiero hacer alguna pregunta para despejar algunas dudas. Cuando hacía referencia a este tema de los costos laborales, usted dijo que en el año 2008 el costo laboral era del orden del 38 por ciento y en el 2016 del 55 por ciento. ¿Cuál era el promedio del costo laboral en el año 2013, 14 y 15, si es que me lo puede informar? La diferencia sideral con el interior en cuanto a costos laborales del 70 al 72 por ciento. Es una pregunta antes de entrar en una cuestión más de fondo.

Sr. Botta.- La proporción es así: cuanto más chico es el medio, la proporción del costo laboral tiene una mayor incidencia, obviamente; incluso, por el costo por unidad de producto fabricado o impreso.

Decía en la exposición que hacer un diario es básicamente lo mismo sea un diario grande o un diario chico. Podrá tener una redacción un poco más amplia o un poco más reducida en función de la capacidad que tenga de generar contenido, pero después el proceso productivo es esencialmente lo mismo. Por eso el costo por unidad...

Sr. Presidente (Petcoff Naidenoff).- Entonces, en el 2014 y el 2015 ronda el 55 por ciento, más o menos.

Sr. Botta.- Más aún. Tengamos en cuenta que la enorme mayoría de los diarios del interior de la Argentina, el 90 por ciento de los diarios, tiene menos de 5 mil ejemplares.

Sr. Presidente (Petcoff Naidenoff).- Solamente por el tema de la incidencia de los costos y los motivos.

En segundo lugar, por lo menos en mi provincia en la inmensa mayoría de los diarios, como lo decía muy bien el senador Abal Medina, lo que no se puede frenar es el avance de las nuevas tecnologías. Así como hay una generación como la nuestra, los que estamos en esta mesa que la revista o el diario de papel es parte de nuestra vida, porque así nos formamos, también hay una nueva generación que se vincula con el mundo digital y eso no se puede frenar. Lo que sí es cierto es que en función de la cuestión central, es decir del enorme esfuerzo de los diarios, de los periodistas, de la construcción de los contenidos y que los contenidos son muchas veces chupados por la redes o por las páginas digitales, en mi provincia la mayoría de los diarios de papel tienen páginas digitales y la lectura es tremenda. Es enorme la diferencia de cómo se informan a través de la página digital del propio diario en relación a la página de papel.

Digo esto, porque hay un mecanismo de adaptación a la realidad. Si uno no tiene la capacidad de adaptarse a la realidad termina de la peor manera. Creo que en ese sentido hay medios que actuaron con mucho ingenio, independientemente de que, por supuesto, hay que avanzar en cuanto a los bienes culturales, porque sabemos cómo se sancionó la ley de bienes culturales, la situación traumática del país y cuál fue el sentido de la propia ley. Quizá la materia pendiente fue, desde hace muchos años, abordar una ley de bienes culturales que pueda tender a proteger este tipo de actividades.

Lo que sí quiero destacar es la labor legislativa y política de los últimos años, que no es menor, en función de los derechos que están en pugna o mejor dicho que se tienen que proteger que son el derecho a la libertad de expresión y el derecho a informarse, que me parece que son los dos pilares.

La senadora Fellner me acercó un trabajo que me parece muy interesante, que tiene que ver con la ley 26.982 cuando se establecieron los criterios diferenciados del IVA para los diarios. ¿Por qué es importante? Porque se establecieron escalas y rebajas de las alícuotas. Existen en la actualidad 923 contribuyentes que se encuentran alcanzados por la ley del IVA. De esos 923 contribuyentes, 895 tenían en el 2014 una facturación anual inferior a 63 millones de pesos y doce facturaban entre 63 y 126 millones.

Quiero entrar en esto, en lo que significó la ley, la iniciativa y la discusión política. Los 895 contribuyentes que tienen una facturación de 63 millones de pesos pagaban una alícuota de 10,5 por ciento sobre lo facturado por precio de tapa y 10,5 por venta de

publicidad. Esa ley redujo las alícuotas al 2,5 por ciento en ambos conceptos de lo facturado. Los doce contribuyentes que facturaron entre 63 y 126 millones abonaban una alícuota del 10,5 sobre el precio de tapa y 21 por venta de publicidad. La ley redujo ambas alícuotas al 5 y al 10,5. Es decir que lo que quedó pendiente, en definitiva y en la discusión, es la exclusión de los medios digitales en ese momento cuando se estableció esta diferenciación.

¿Por qué cito la ley y un decreto del 2003? Porque fue una decisión política. Si bien no se abordó la ley de bienes culturales, el Congreso de la Nación ha establecido criterios de diferenciación de alícuotas para esta actividad que no es menor, en función justamente del derecho que se tiene que proteger.

Entonces, me parece a mí, a modo de reflexión, que quizá la cosa pasa por ver cómo regular contenidos o establecer parámetros en internet. Yo discrepo –y lo quiero decir– en esta idea de que las informaciones de las páginas digitales o de las redes sociales son falsas. Yo creo que la información falsa puede circular en una red social o un diario de papel, y luego queda el derecho que más de una vez nos ha tocado, que es el derecho a réplica para decir que lo que se publicó es falso. ¿Qué quiero decir? Que hay que avanzar en la sanción de una nueva ley, no tengo dudas. Quizá hay que estudiar este ejemplo de Francia y del contrato social. La palabra subvención no nos asunta, al contrario. Creo que el ejemplo de la subvención y del acompañamiento del Estado está en esta ley; en esta ley o en la reducción de la alícuota.

Entonces, me parece que en la idea de abordar una ley de bienes culturales acorde a los tiempos, y en una nueva adaptación donde también esta situación real que se da de la substracción de contenido en función del propio esfuerzo de los medios gráficos logre cierto equilibrio, ahí vamos a estar para trabajar con la responsabilidad que caracteriza a ambas comisiones. Quería resaltar el trabajo legislativo, porque no es un trabajo menor.

Sra. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra el señor Isaack.

Sr. Isaack.- Nosotros fuimos uno de los mayores propulsores de este tema, porque en la realidad los medios hasta el año 1998 no tenían imposición de IVA. ¿Qué es lo que ocurrió? El ministro Cavallo en ese momento anuló ese criterio y aplicó el IVA. ¿Qué es lo que pasaba con el IVA? Si los medios no lo descargaban, como lo descargaron contra las cargas sociales, era un aumento de costo. Este 2,5 –sin menospreciar que fue una ventaja para nosotros muy importante– es una pelea que venimos llevando adelante hace diez o quince años, porque para nosotros el 2,5, el 10,5 o la alícuota que sea es costo, porque no podemos descargarlo. No es IVA de libre disponibilidad en el cual nosotros podemos utilizar o transferir, sino que es parte del costo. Eso sin perjuicio de que para nosotros esta normativa fue un beneficio muy importante.

En cuanto a lo que referí sobre las redes sociales, no digo que toda la información sea falsa, sino que hablo de la responsabilidad de la información en las redes sociales, más allá de la verosimilitud o de la falsedad. Las redes sociales no tienen firma prácticamente.

Cuando nosotros, como medios, vertemos una información, generalmente recibimos una cédula de los tribunales para comparecer a ratificar o rectificar la información que tenemos. Las redes sociales, al no estar reguladas en algunos aspectos, tienen impunidad. Y hablo en ese criterio, cuando hablamos de las redes sociales, no quiere decir que todo lo que aparezca en redes sociales no sea real. A lo mejor, el 90 por ciento de lo que aparece en las redes sociales es real. Lo que hablamos es de la responsabilidad de quien maneja una red social. Por eso hablamos de la subjetividad.

Sra. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra el señor Botta.

Sr. Botta.- En ese sentido, simplemente quiero complementar lo que decía Gustavo en cuanto a que no es solamente la responsabilidad del editor, sino que además hay un equipo de periodistas profesionales, que son los que trabajan con nosotros para que ese contenido tenga la capacidad y las cualidades que hacen falta para que sean realmente transformadores de

nuestra realidad.

Sra. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra el señor senador Marino.

Sr. Marino.- Buenas tardes.

Gracias por venir y por la invitación.

La verdad es que coincido plenamente en el análisis que hacían y no sólo lo comparto, sino que lo conozco. Además, los que estamos sentados en esta mesa pertenecemos a las provincias argentinas y yo voy a hablar de la provincia que represento, que es La Pampa. Allí tenemos tres diarios con soporte de papel.

Yo vivo en un pueblo muy chico; no sé si es una ventaja o una desventaja. Creo que es ventaja. Las FM de los pueblos, un 70 por ciento del horario matutino, lo ocupan con los diarios. Por lo menos, las FM de mi pueblo empiezan con el diario *La Arena*, diario *La Reforma*, el diario *El Diario* o viceversa, en el lugar que quieran ponerlos, y hacen un análisis de todas las noticias. Es decir, leen las noticias. Esta es la realidad. Se leen y se copian las noticias.

Cuando debatimos la ley de medios –sin entrar en críticas, porque no es mi estilo–, yo voté en contra de esa ley, no porque creyera que no se debía dictar una norma –todo lo contrario–; estábamos de acuerdo casi en el 80 por ciento del espíritu de la ley, salvo en algunas cosas que eran muy puntuales. Yo ponía los ejemplos de las FM de los pueblos en cuanto al personal, es decir, las personas que trabajan y el dueño de la FM. A veces no puede tener el mismo cumplimiento que tiene una FM de la ciudad porque los costos son totalmente diferentes. ¿Cómo se nutre un medio de comunicación? De la pauta oficial y de la pauta privada. En los pueblos, una publicidad vale cien o doscientos pesos; en la ciudad vale miles.

Entonces, yo decía que no se le podía exigir lo mismo, porque hasta cumple una función social. Hay radios en los pueblos en los que la persona que está en el campo se comunica por un celular para pedir que, por favor, le avisen a mengano que se murió tal persona. Son las cosas que nos pasan.

En los diarios en particular es todo un desafío. Justamente, en ese momento se planteaba infelizmente que la tecnología avanzara y que cada vez fuera superior. En aquel entonces, preguntaba qué iba a pasar con las redes sociales. No hemos reglamentado las redes sociales. No hemos reglamentado Internet. Yo lo dije con nombre y apellido: las telefónicas. “¿Qué vamos a hacer con ellas?”. “No, por favor, usted está en contra”. En ese momento estabas con Clarín o con el gobierno. Y yo no quería estar con ninguno de los dos, yo quería estar con la gente o con los medios. No sé cuál de los dos dijo: “Una cosa es la libertad de expresión y otra, la libertad de empresa”. Le puedo asegurar que en muchos lugares no hay libertad de empresa.

Me acuerdo que cuando votamos la ley, el senador Pichetto –lo nombro porque es un hombre de códigos– dijo: “Voy a tomar lo que dice el senador Marino, que es la próxima ley que tenemos que votar en este Congreso rápidamente”. Se refería a la regulación de la pauta oficial. Los gobiernos pasan, pero los medios son los mismos, sobre todo los medios tradicionales.

Todos los que estamos sentados aquí tenemos algo de experiencia y conocemos bastante de esto. La Constitución Nacional es muy clara, la libertad de expresión sin la censura previa. Ha habido interrupciones democráticas en las que existió la censura. En gobiernos elegidos por el pueblo también existió la censura, no es solamente un patrimonio de los militares. No, es un patrimonio de varios.

Entonces, creo que es importante que esto quede reglamentado por ley, que la pauta oficial no sea un problema para el medio de comunicación. No quiero dar nombres porque tengo muchos amigos de la prensa en el interior y sé lo que significa no ser un medio con libertad. Entonces, esas son las cosas que rápidamente tenemos que dejar plasmadas en ley. Nos tenemos que dar este desafío. Además, tenemos que aplicar algo que es fundamental, que

es el sentido común, porque si no, entramos siempre en los enfrentamientos: los medios privados versus los medios estatales. Yo creo que deberían ser un complemento. Toda mi vida pensé lo mismo: a veces se superponen esfuerzos para lograr el mismo fin. Pasa con la medicina. ¡Si habré planteado eso! ¿Por qué tiene que haber este enfrentamiento de que todo lo privado es malo o todo lo estatal es malo, si los dos pueden trabajar la par, en conjunto?

Creo que este es un debate que tenemos que dar rápidamente. Pasaron tantos años desde que se dictó la ley de medios, y seguimos con la pauta oficial. No se cumplen los fallos de justicia en este país. Acá hubo un fallo de la justicia, con un medio en particular que hizo una presentación, falló la Corte Suprema de Justicia y no lo cumplimos. Entonces, si el propio Estado no cumple los fallos de la Justicia, ¿cómo le podemos pedir a la sociedad que cumpla y se adecue a los fallos de justicia? Somos casi contradictorios.

Entonces, me parece que hay que hablar un poco menos. Me parece que nos tenemos que sentar en una mesa lo más amplia posible. Todos: el Estado, que es el principal responsable, y los medios de comunicación, y regular lo que dejamos sin regular.

Recuerdo como si fuera hoy –porque lo veíamos– que Internet y las telefónicas se nos iban a meter con ventajas supercomparativas. Ocurrió lo que desgraciadamente preveíamos que podía pasar.

Finalmente, celebro que estén aquí y pido que no sea la última vez que estén presentes, porque seguramente nos vamos a encontrar –o los que nos reemplacen dentro de uno años– planteando las mismas cosas.

Muchas gracias.

Sra. Presidenta (Fellner).- Gracias, senador.

Tiene la palabra la señora senadora Durango.

Sra. Durango.- Celebro la presencia de los presidentes de las entidades y saludo a los directores de los diarios, en especial a los dos directores de los diarios importantes de la provincia de La Pampa, que están aquí presentes.

Yo no pertenezco a la comisión, pero la verdad es que acuerdo absolutamente con el planteo que ustedes han hecho. Creo que los diarios o los medios gráficos son parte de nuestro patrimonio cultural, pero sobre todo de nuestro patrimonio histórico. Cuando un investigador o un historiador necesita tener graficada y documentada la cotidianeidad, ¿adónde va? Va a los medios gráficos.

Entonces, creo que ese patrimonio cultural es imprescindible que lo defendamos con una legislación acorde al bien cultural y a la empresa, ¿por qué no?

Tenía una serie de preguntas, que ustedes ya las han respondido, sobre qué tipo de marco legal ustedes consideran que sería necesario para salir de esta situación.

Esencialmente, quiero decir –de manera breve– que, en un momento en el que estamos defendiendo el trabajo y el empleo en la Argentina, nos preocupa mucho la situación que han marcado. En mi provincia tenemos alrededor de 400 personas trabajando en tres de los medios gráficos importantes, todos calificados; la mayoría universitarios y otros terciarios. Esto es muy importante que lo tengamos en cuenta, porque insisto, en un momento en el que estamos defendiendo el trabajo en la Argentina, lo que ustedes están planteando merece que nos ocupemos urgentemente.

Sra. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra la señora senadora Luna.

Sra. Luna.- Gracias, presidenta.

Primero quiero saludar, darle la bienvenida y agradecer la presencia de ambas asociaciones, al igual que los miembros de estas asociaciones y, especialmente, a los de mi provincia, la provincia de La Rioja, que están presentes

Segundo, una pregunta y luego una iniciativa.

Quiero recordar que el inciso 3 del artículo 13 de la Convención Americana de los Derechos Humanos sostiene que no se puede restringir el derecho de expresión por vías o

medios indirectos tales como el abuso de controles oficiales o particulares del papel prensa o papel para periódico.

Si bien el presidente Isaack lo mencionó rápidamente me gustaría conocer: ¿cuál es la situación actual con respecto a este insumo? Y, particularmente, a partir de la sanción de la ley 26736 que declara de interés público la fabricación, comercialización y distribución de la pasta celulosa y de papel para diarios y, así mismo, quiero saber cuál es la incidencia del papel en su estructura de costos como así también el recurso humano y cómo están afrontando la compleja coyuntura actual con respecto a ambos factores.

Sr. Carbone.- En relación a la normativa que la senadora refiere, es cierto que la pasta celulosa y el papel prensa fueron declarados de interés.

A partir de ahí hubo una serie de actividades de índole estatal, particularmente, del Poder Ejecutivo nacional a través de la Secretaría de Comercio Interior, si mal no recuerdo, en la cual se desarrolló una comisión específica para este tema. Ciertamente, es que, a pesar de una normativa no ha habido mucha devolución en cuanto al estatus de la situación de producción de papel que es un insumo de carácter estratégico. Hoy ciertamente, tenemos problemas importantes porque la mayoría de los medios abrevan de un solo productor, el productor requiere condiciones comerciales complejas, diferenciales, no para todos por igual, y la opción de adquisición es en el extranjero, con insumos dolarizados. Ahí tenemos una especie de doble trampa.

Y, en relación a la incidencia del costo, la mayoría de los insumos están girando entre el 30 y el 35 por ciento del costo general y, dentro de ese costo, me atrevo a decir que empapeles más de la mitad de ese 30 por ciento. Es determinante.

Repito que se pone gravoso en función de las condiciones de comercialización. Una cosa es pagarlo a 90 o 120 días y otra cosa pagarlo por adelantado para la entrega.

Sra. Luna.- Es claro que no sólo a la Comisión de Medios, sino a todo el Senado nos preocupa y acompañamos la situación actual que vive el sector.

Por eso, mi propuesta concreta es que nos pongamos a trabajar, los miembros de la comisión que estemos dispuestos y descontamos su acompañamiento en el sentido de buscar alternativas que ayuden a la industria gráfica tales como hemos visto. Nos gusta tanto mirar al primer mundo y vemos que no es tan difícil buscar herramientas que ayuden, promuevan y que sostengan la industria gráfica, por ejemplo los ejemplos claros que veíamos en Francia. Subsidios al transporte de los periódicos o algo por el estilo que podamos acompañar con una normativa. Vamos a estar esperando su acompañamiento y sus iniciativas plasmarlas en una ley.

Sra. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra la señora senadora Sacnun.

Sra. Sacnun.- Buenas tardes. Gracias señora presidenta.

Me parece que hay algunas cuestiones importantes para subrayar. En primer lugar, la necesidad de políticas activas de parte del Estado nacional para poder garantizar dos derechos humanos inalienables que constituyen, claramente, tanto el derecho a la libertad de expresión como también el derecho a la libertad para acceder a esa información.

En este sentido, es bueno preguntarse hasta qué punto las redes sociales garantizan tanto la libertad de expresión como la libertad de información. Pero la vamos a dejar porque es una pregunta de fondo.

Una cosa la constituyen los medios de comunicación que se hacen responsables de lo que está escrito en el medio: sea escrito, como digital o un medio radial o televisivo; hay una responsabilidad de parte de ese medio.

En cambio, en las redes sociales, nos encontramos muchas veces con información de la que desconocemos la autoría y, claramente, en lugar de estar fortaleciendo ese derecho humano están soslayándolo.

Dicho esto, es importante señalar que aquellos que venimos del interior, como yo

—que vengo de una ciudad pequeña del Sur de la provincia de Santa Fe, el sentido común de la comunidad se construye también, a través de lo que expresa el medio de comunicación. Y, muchas veces, requerimos poder acceder a esos medios. Nosotros tenemos medios importantes en la ciudad de Rosario y de Santa Fe que relatan realmente lo que está pasando en nuestra provincia que muchas veces coincide con lo que pasa a nivel nacional, pero muchas otras veces, expresan una realidad regional que hace a la idiosincrasia y a los valores culturales de nuestra población.

Me parece que, habiendo planteado esto, las subvenciones directas o indirectas claramente no resultan una cuestión a discutir para hacer efectivo el cumplimiento de los derechos constitucionales requerimos un Estado activo y las subvenciones no tienen que constituir ningún tipo de reparo para poder avanzar en ello y para poder garantizar, justamente, que los medios del interior puedan subsistir. Para garantizar el derecho al trabajo, el derecho que tienen muchos trabajadores que dependen, con su mano de obra intensiva, de que estos miembros se mantengan abiertos.

Concretamente quería preguntarles: hoy, en la realidad práctica, más allá del compromiso que creo que asumimos absolutamente todos los senadores y senadoras para trabajar sobre este tema. Hoy, ¿cómo se podría trabajar respecto de la pauta de distribución de la pauta oficial, teniendo en cuenta que la enorme injusticia, desde mi humilde punto de vista, lo constituye el que estamos tratando en forma igual a los desiguales?

Y es imposible seguir en este camino porque, de lo contrario, vamos a seguir profundizando las injusticias.

Primera pregunta concreta, tema de pauta oficial y si ustedes entienden que tanto en la actualidad como lo que incorporemos en la futura normativa sobre la que trabajemos podemos avanzar en algún tipo de diferenciación para poder garantizar, justamente, que aquellos medios del interior del país puedan subsistir sin verse en desmedro o en desigualdad de condiciones con los grandes medios. Muchas gracias.

Sr. Carbone.- Parfraseando a Gustavo es interesante discutir el tema de la pauta oficial, quizá fuera de los extremos patológico y fuera de los prejuicios, con los que se aborda habitualmente este tema. Para eso recurramos a la doctrina comparada. Vemos que en las democracias nórdicas, como se ejemplificó, gran parte de la ayuda no va al medio principal, va al segundo y tercer medio. Y esto está vinculado con el concepto que nosotros vamos definiendo en esta reunión, que es el de bien cultural. No es un tema cuantitativo, es un tema netamente cualitativo. Y la mejor determinación de que el bien cultural es cualitativo porque garantiza la diversidad y lo heterogéneo, es que se da más ayuda al segundo o tercer medio, quizás al que tiene menos audiencia.

Entonces, uno de los criterios que podríamos analizar es: ¿por qué la distribución debe ser directamente proporcional a la cantidad de audiencia como único parámetro? Si no, si le damos más al que concentre la mayor cantidad de audiencia, sólo hacemos un concepto de concentración de la información. Entonces, privilegiamos la libertad de empresa por sobre la libertad de información.

Creo que el tema pauta hila todos los conceptos. Hila también la idea de escapar — repito— de lo cuantitativo, de ir a lo cualitativo; ir a la idea de la función del bien cultural. Y determina a las claras que hay que escaparse un poco del concepto o de los prejuicios de los extremos patológicos, como antes dije. Me parece que deberíamos hacer un análisis mucho más realista y despojado de la cuestión, porque es uno de los elementos esenciales para la subsistencia, claramente.

Sra. Presidenta (Fellner).- Adelante, señor Isaack.

Sr. Isaack.- También hay un tema que debemos considerar: no solo la pauta oficial, sino la pauta privada y los principios de lealtad con respecto a la pauta privada. Porque muchas veces los medios del interior se chocan con algunas disposiciones de los grandes medios, que,

para llegar al interior, condicionan a quien contrata la publicidad en relación con la tarifa. Ese no es un tema menor. Nosotros lo llamamos el "*dumping* publicitario", porque es similar a lo que pasa con los granos: si vos publicitás en más medios, la tarifa pasa a ser la tarifa normal, y no es la tarifa con los descuentos. Son los famosos descuentos.

Entonces, también es un tema que preocupa a muchos, sobre todo en el interior del país, donde –vamos a ser claros: las grandes cadenas de supermercados, las automotrices– la pauta sale desde la Capital Federal. Entonces, salen a partir de los medios nacionales y, cuando tienen que llegar al medio local, el medio nacional condiciona esa pauta, con lo cual muchas veces los medios locales se quedan sin pauta. Sin embargo, las grandes cadenas –si vemos Chaco, La Rioja, Formosa– se llevan gran parte de la porción del mercado, por ejemplo, en las alimenticias.

Entonces, tenemos una contraposición entre el ser y el deber ser, donde los beneficios de lugares del interior existen, pero no existe la contraprestación para obtener ese beneficio. Esa contraprestación, digamos, en un contrato social tácito, no normativo.

Pero ese es un tema que preocupa. Ustedes van a ver en los grandes diarios nacionales hojas enteras de supermercados que promocionan –no quiero cometer una infidencia– tarifas y ofertas en todo el país, o grandes shoppings comerciales. Esas tarifas que pagan de publicidad, haciéndolo desde los medios en los diarios nacionales, sí muchas veces, si le ofrecen hacer esas mismas campañas en el interior, pierden los descuentos en los diarios nacionales.

Entonces, ahí nos encontramos con un tipo de competencia un poco desleal. Cuando muchos dicen "la pauta oficial y la pauta privada", muchas veces los medios del interior están restringidos en la pauta privada por algunas deslealtades comerciales que se producen, sobre todo, desde los medios nacionales o desde la Capital Federal.

Sra. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra la senadora Giménez.

Sra. Giménez.- Buenas tardes a todos y a todas.

Saludo a las representantes de los diarios de la provincia de Misiones que se encuentran aquí presentes. Les doy todo mi respeto, pero me permito también plantearles algo que me parece que está en el contexto de lo que ustedes nos vienen a proponer en el tema del trabajo.

Malcom X murió cuando yo todavía no había nacido, y decía que teníamos que cuidarnos de los medios de comunicación, porque podés terminar amando al opresor y odiando al oprimido. Por ahí, hay alguna semejanza con la realidad, con las historias que nos pasan en la Argentina: dictadura militar, etcétera.

Por eso, me parece que no es menor el tema de trabajar en forma conjunta y paralela, y son una cosa a la vez, que son los contenidos, la redacción, la convergencia –lo hablaba el doctor– del contenido hacia todas las formas posibles, a las multiplataformas, sigue siendo fundamental.

Creo que la independencia económica es básica para la libertad en el trabajo, y es dignidad absoluta en lo que significa nuestra oportunidad de ser. Y la valentía que tienen ustedes como asociación de venir a plantearle al Congreso argentino qué es lo que ustedes quieren, cuando ustedes hablan o transmiten la información de lo que nos pasa en la generalidad de la sociedad argentina, es realmente un acto de gran valentía y sinceramiento, que a mí me llena de orgullo. Y los quiero felicitar, porque creo que de eso se trata también este tiempo, de ese sinceramiento transversalizado de todo. Queremos hablar de todo: queremos hablar de pautas justas; queremos hablar de mecanismos que defiendan nuestras empresas, nuestros sectores, nuestros bienes culturales, nuestra identidad como Nación. Y en eso ustedes son fundamentales.

Por eso, lo que ustedes hacen todos los días puede ser una bomba atómica, como decía Chomsky, porque nos destroza los cerebros desde lo que nos comunican sobre una

persona o la otra, sobre una situación o la otra, sobre lo que se deja de comunicar, sobre lo que no se dice, sobre lo que queda oculto y sobre lo que se dice mucho, se sobreabunda y confunde y no ayuda; donde la paz social, el bien de todos, también forma parte de esa responsabilidad compartida con ustedes, desde la política en sus tres poderes y el cuarto poder, que es la comunicación.

Por eso, quiero plantear esto ante ustedes con toda sinceridad y decirles que conmigo pueden contar absolutamente, y con nuestra provincia, en esto de trabajar en lo que significa la pauta oficial y tratar de categorizarlo.

Comparto con la senadora Sacnun, de Santa Fe, y con la senadora Luna –y lo hablamos con el senador Luenzo por lo bajo– la necesidad de generar la independencia de los medios del interior. La verdad es que, como representante de la provincia de Misiones, mi interés es que los cuatro diarios de mi provincia y los que puedan salir adelante sean los más beneficiarios de las posturas de pauta oficial. Porque cuanta más información tengamos, más libres vamos a poder ser nosotros. Pero ellos tienen que tener independencia en ese proceso, desde lo municipal, desde lo provincial, desde lo nacional.

En definitiva, creo que ese proceso de trabajo compartido, si dejamos de lado lo ideológico y nos sacamos el sesgo, no nos vamos a estar ayudando. Porque la opinión pública que ustedes ayudan a formar o conforman, con la intención de ayudar o no tanto –eso queda a criterio y valor de cada uno–, realmente hace que nuestra sociedad argentina tenga posibilidades de unidad nacional, de desarrollo y progreso, o no la tenga.

Por eso, creo que han sido muy valientes en este planteo –insisto– de participar y decir: nosotros nos merecemos esta dimensión de la economía también mirada hacia nuestras empresas y lo que nosotros representamos, al cuidado de nuestro trabajo y de nuestros trabajadores, que eso todavía es aún más importante en una Argentina como la nuestra, que ha nacido desde el trabajo más genuino y sacrificado para llegar a ser lo que somos hoy, pero que generalmente el proceso de concentración económica condiciona todos nuestros trabajos. Yo soy médica pediatra y podemos hablar horas de cómo está la situación del sistema argentino, de la evolución y de dónde tendríamos que ir y hacia dónde deberíamos hacerlo y cómo; pero no es el tema.

"Ayúdate, que yo te ayudaré", dice la Biblia. Me parece que esa es gran conclusión de hoy. Les quería compartir y dejar adelante esta reflexión, porque –vuelvo a decir– hay un minuto en el que ustedes nos pueden ayudar a ser muy felices o completamente tristes. Y esa también es una responsabilidad que ustedes no pueden eludir y no puede dejar de lado en el tratamiento de esto que hoy están llevando adelante.

La pregunta concreta tenía que ver con el impacto del IVA –era por lo que había pedido la palabra–, y en esa definición me lo explicó por lo bajo el doctor, acá, de algunas cuestiones que estaban esperando en la variable. Pero –sigo insistiendo, rápido, concreto y al pie– hay que hacerlo con propuestas que nos permitan estar llevando las modificaciones, para, en el mes de junio, estar saliendo del Senado con alguna modificación. Para eso hay que trabajar mucho con la voluntad de la totalidad de la representación de ADIRA y AFERA, y convencerlo al Senado argentino en su mayoría, a los senadores que lo integramos, que vale la pena creer en ustedes para acompañarlos en esta instancia. Se los digo con toda sinceridad: así como nosotros le pedimos al pueblo argentino que crea en nosotros como sus representantes, así también yo quiero creer en ustedes en esta nueva etapa de la Nación argentina y de la comunicación argentina.

Sr. Presidenta (Fellner).- Tiene la palabra el senador Luenzo.

Sr. Luenzo.- Muchas gracias, presidenta.

Me dio el pie la senadora Giménez para hacer algunas consideraciones sobre lo que me parece que es un tema muy amplio.

En principio, les agradezco su presencia acá. Es un tema muy amplio y tengo la

sensación de que estamos discutiendo una nueva ley de medios, porque esto es lo que me queda casi como balance y resultado de lo que hemos charlado hasta el momento.

Quiero hacer una aclaración simplemente, que tal vez es obvia, pero me parece que hay que hacerla y es necesario hacerla, no confundir la rentabilidad que hoy estamos discutiendo de un sector empresario que administra información con la libertad de prensa. Son conceptos muy distintos y podemos caer en el error de confundir que la rentabilidad de una empresa periodística está directamente asociada con la libertad de expresión. Esto está asociado con otros principios, cuando la información es una mercancía en la Argentina y en el resto del mundo, y esto lo sabemos perfectamente bien.

Creo que es un tema que abre muchas puntas para poder discutir y si vamos a hablar de libertad de expresión a mí me gustaría convocar en una próxima reunión a los periodistas, a los colegas que se ponen en valor cuando hay que discutir la libertad de expresión, pero que muy pocas veces son consultados. Creo que para hablar de la libertad de expresión no solamente necesitamos de la presencia de empresas periodísticas, sino de los colegas, de los periodistas para que se sepa qué pasa puertas adentro en una redacción, porque no es todo color de rosas como a veces se lo quiere pintar. Digo esto en función de haber participado durante los últimos 40 años en distintas organizaciones periodísticas, desde el trabajo, desde abajo, desde cortar cables. Desde ahí he hecho toda una trayectoria alrededor de los medios y sé de lo que estoy hablando.

Hay que tener mucho cuidado en discutir qué queremos hacer con la pauta oficial, la subvención a los distintos medios periodísticos y para qué. Porque no dejo de pensar que hoy en la Argentina la información es una mercancía más lamentablemente, y tenemos que discutir en este contexto con mucho más valor, con mucho más énfasis, con coraje y con transparencia –creo yo– principios éticos alrededor del manejo de la información en la República Argentina. Y para hablar de los principios éticos en el manejo de la información necesitamos de los periodistas también. Insisto, esto es bueno y yo apoyo el planteo que han hecho. Creo que es necesario poder discutir el marco tributario, no solamente de las empresas periodísticas como lo hacemos cotidianamente con otros sectores de la economía nacional. Entiendo el valor que significa la posibilidad de poder expresarse y la posibilidad de decir las cosas que uno piensa, no atado a una pauta del Estado ni atado a la pauta privada, como recién mencionaban. Muchas veces hablamos que la pauta oficial disciplina y la pauta privada también disciplina. A veces con consecuencias muchas más gravosas para la sociedad que la que puede tener la pauta oficial. Tenemos que aplicar mucha sinceridad y sin hipocresía discutir lo que es la libertad de expresión, que es la madre de todas las libertades.

No quiero seguir hablando porque realmente hoy se han abierto muchas puntas para poder discutir y poder debatir, pero no nos tenemos que engañar. La discusión es profunda y tiene que ver con un concepto realmente que ha entrado en desuso, que es la capacidad ética y moral que tenemos muchas veces para llevar adelante una actividad. Es muy delicada la actividad que yo históricamente he defendido y en la que me he desarrollado, que es la periodística, por eso le quiero prestar tanta atención a este concepto. No sé si la ética se puede legislar.

Sra. Presidenta (Fellner).- No voy a hacer discurso ya, porque se ha hablado casi todo. Hemos estado hablando durante todo este tiempo de un derecho fundamental humano, que es el derecho básicamente a informar y a informarse. Creo que sin libertad no va a haber ética, senador, y creo que no se puede legislar. Pienso exactamente lo mismo. Sabemos de la importancia de este tema.

Hemos hablado algo y quiero recalcar que el senador Marino hace mucho tiempo que viene presentando o representando un proyecto de publicidad oficial en el seno de la comisión. Siempre salió este tema, hablemos de la oficial, pero hablemos también de la privada. Cómo hacemos con la privada. También le doy la mano en esto al senador Luenzo,

de pensar que disciplina también esa pauta privada, sobre todo en el interior de nuestras provincias.

Veo planteos de temas a trabajar en las comisiones que no es solamente –senadora Durango esto es para usted– para la Comisión de Derechos y Garantías o nuestra comisión que tiene esas palabras "libertad de expresión"; es también para Cultura. Es básica acá la cultura, por eso la UNESCO se ocupa de este tema, y tanto ha hablado en las distintas convenciones sobre lo que significa el derecho a la libertad de expresión, a informar y a informarse en forma correcta en todo esto.

Ha quedado también el tema del derecho de autor de estos periodistas, de estos comunicadores que hacen un artículo. Ha quedado también planteado en esta mesa el tema de la convergencia. Este proyecto de ley que, aparentemente, está haciendo el Ejecutivo, está hablando de la convergencia en medios audiovisuales. Hoy se nos plantea que la convergencia también viene y nace con los periódicos que están con el tema gráfico. El tema de interés público. Si esto es de interés público, el Estado debe garantizarlo. Entonces, el Estado tiene que tener una acción y una forma de acompañar.

Siempre hemos estado hablando y muchas veces lo hemos hecho, usted sabe senador Marino, sobre el tema de ver cuántos diarios, qué audiencia, quién mide la audiencia para saber cuánta es la pauta que tengo que poner. Hoy nos están planteando y nos están poniendo en otro lugar. ¿No es a los más chicos, a aquellos que no pueden mantenerse a los que tendríamos que ayudar más como Estado si creemos que esto es de interés público? Yo no dudo que es de interés público.

Creo que esto redondea en trabajar fuertemente, me animo a decir, en una nueva ley de bienes culturales. Tomo también su palabra senador, los periodistas creo que tienen que ser nuestros próximos invitados. Habíamos dicho de plantear la convergencia. Hablando de esto estamos hablando de convergencia.

- *El señor senador Marino realiza manifestaciones fuera del alcance del micrófono.*

Sra. Presidenta (Fellner).- Lo hemos discutido. ¿Se acuerda? Que este sí, que este no, qué pasaba con la privada. Sobre todo por lo que uno piensa. Acá están representadas las provincias. Esto es el Senado, es la representación de cada una de las provincias en igualdad. Por eso somos tres por cada provincia y sabemos cuál es el problema de las provincias. Sabemos lo que son los periodistas, sabemos lo que pasa con nuestros diarios de provincia y cuanto más provincias estamos alejadas lo que significan los costos, y sabemos también la hermosa profesión que es ser periodista. En este sentido de que sin libertad la ética toma un significado distinto.

Dicho esto, agradezco muchísimo a AFERA, a ADIRA y a todos los dueños, los representantes de diarios y de los medios gráficos que han venido del interior hoy a acompañarnos. Veo la voluntad de ustedes de pedir esta reunión y la confianza que ustedes le están dando en este Senado de la Nación. AFERA y ADIRA les agradecemos enormemente esto. Quiero decirles que han tirado sobre la mesa un montón de temas y que los necesitamos para escucharlos, para poder avanzar, para no cometer equivocaciones. Nunca va a ser la ley perfecta, pero cuanto más escuchemos mejor va a ser. Volver a plantearnos aquella vieja ley. Me acuerdo hace muchos años cuando me tocaba ya presidir esta comisión, con Papel Prensa. Nunca conformamos la bicameral de seguimiento de lo que sucedía con el papel en la República Argentina y el costo de papel que ya nos dijeron.

Dicho esto, les agradezco una vez más y los invito a que trabajemos en conjunto y podamos tener, yo diría, una ley de bienes culturales lo antes posible, por lo menos en este Senado.

Muchísimas gracias a todos y muy buenas tardes.

- *Se da por finalizada la reunión a las 15 y 48.*