

VERSIÓN TAQUIGRÁFICA

BUENOS AIRES – 8 DE MAYO DE 2018

REUNIÓN PLENARIA DE LAS COMISIONES DE SISTEMAS, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE EDUCACIÓN Y CULTURA

SALÓN AUDITORIO – SENADO DE LA NACIÓN

PRESIDENCIA DEL SEÑOR SENADOR ALFREDO HÉCTOR LUENZO
Y DE LA SEÑORA SENADORA MARTA VARELA

- *En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en el Salón Auditorio del H. Senado de la Nación, a las 14 y 18 del martes 8 de mayo de 2018:*

Sr. Presidente (Luenzo).- Buenas tardes. Damos inicio a la reunión plenaria de las comisiones de Sistemas, Medios de Comunicación y Libertad de Expresión y de Educación y Cultura en la continuidad del debate que estamos dando, con la posibilidad de que cada uno haga su aporte en torno a la ley de convergencia, también denominada "ley corta". La intención es seguir escuchando la mayor cantidad de voces posible para –nosotros entendemos– en los próximos 20 o 30 días tener una síntesis de lo que se está aportando, para tener, como hemos dicho en algún otro momento, la mejor ley posible. Vamos a hacer una nueva reunión el jueves de la próxima semana y tal vez tengamos otra más, pero lo vamos a ir definiendo en función de la demanda que tenemos de aquellos que quieren dejar sentada su opinión con respecto a este tema.

En el día de hoy, tenemos siete u ocho instituciones invitadas. Hoy tenemos un día muy pero muy complicado en el Senado, con muchas comisiones que están trabajando en espacios muy reducidos por reparaciones que se están haciendo en el mismo Congreso, en nuestra Casa mayor. Así que vamos a tratar de pedirles que utilicen entre 8 y 10 minutos para poder cerrar la idea, la opinión y cuál es la mirada que tienen acerca de este proyecto de ley, sin que esto implique que los 10 minutos terminen con la posibilidad de tener una idea completa y acabada de la interpretación que se hace acerca de lo que significa este proyecto de ley.

Senadora: ¿avanzamos?

Sr. Presidenta (Varela).- Sí.

Sr. Presidente (Luenzo).- Comenzamos con la Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión –CAPIT–, que agrupa a las productoras televisivas independientes de la República Argentina. Entre sus miembros se encuentran Ideas del Sur, La Cornisa Producciones, Pol-ka, TyC Sports, Torneos y Competencias, la Universidad de Tres de Febrero, entre otros. Diego Guebel está presente para la primera exposición que vamos a compartir. ¿Diego está por allí o quién va a hablar?

Sr. Borensztein.- Buenas tardes a todos. Muchas gracias por darnos la posibilidad de expresarnos. Mi nombre es Alejandro Borensztein, soy miembro de CAPIT, que es la Cámara Argentina de Productoras Independientes de Televisión. Soy miembro de la Comisión Directiva y he sido presidente durante 7 años.

La Cámara Argentina de Productoras –usted lo ha dicho recién– engloba a las principales productoras de televisión independientes: Polka, Endemol –ahora KZO, pero originalmente Cuatro Cabezas–, Mandarina, Ideas del Sur –LaFlia se llama ahora, porque todos sabemos que esto tiene un sube y baja–, Carburando, Torneos y Competencias, El Oso Producciones, Jotax, Underground, La Cornisa, Kapow, Non Stop... en fin, las principales productoras que hacen los contenidos de televisión.

También quiero decir que está con nosotros Diego Guebel, que es el presidente de la cámara, fundador de Cuatro Cabezas, quien fue hasta hace muy poco vicepresidente de la cadena Bandeirantes, de Brasil, y actualmente es el presidente de Boxfish –marco esto porque hay toda una *expertise* en cuanto a lo que está haciendo Brasil con este tema–; está Martín Kwellner, uno de los más prolíferos productores de la tele, fundador originalmente en la Argentina de Endemol –ahora KZO–; Mariano Chihade, presidente de Mandarina; Roberto Lorenzi, que es el gerente general de Pol-ka; y me acompañan Eduardo Bagnato y Pablo Wiznia, que son los ejecutivos del CAPIT con los que armamos toda la presentación.

Antes que nada quisiera decir qué es la producción independiente. Es importante tener en cuenta esto.

En los años sesenta y en los años setenta, la televisión era privada. En el 74 se estatizó y fue estatal hasta finales de los ochenta. En esos años, el Estado tenía que sostener a los canales 7, 9, 11 y 13. Ante la dificultad económica para poder producir televisión desde el Estado, se organizaron formatos de coproducción con quienes hacíamos televisión para poder pagar aquello que los canales no podían pagar, que era lo más caro. Eso nos obligó a nosotros, que hacíamos televisión con la intención de ser autores, productores, directores, pero no empresas, a tener que montar empresas para comercializar los segundos de publicidad que los canales nos daban a cambio de lo que nosotros poníamos. Y así, a lo largo de los noventa, nos fuimos transformando en productoras independientes de televisión.

Pero al mismo tiempo vale la pena decir que hasta ese momento la televisión se producía desde adentro de los canales. Con esta situación comenzó a producirse desde afuera, creándose las productoras independientes y, fundamentalmente, incorporando tecnología, conocimiento y creatividad que estaban fuera de los canales. Nosotros, en lugar de querer un iluminador, queríamos un director de fotografía; en lugar de un escenógrafo, queríamos un director de arte. Fuimos incorporando cosas que la televisión no tenía, pagándolas y transformándonos en empresas, y dándole a la tele otro perfil que nace a partir del sueño de personas como Suar, como Tinelli, como Kweiler, como Guebel, como Pergolini, que desde la nada fueron formando sus empresas desde afuera de los canales. Nosotros incorporamos mucha gente del cine, de la publicidad, de las artes plásticas, y cambiamos la tele.

Los mejores productos de la década del noventa, y no los quiero enumerar, pero todo lo que hicieron Pol-ka, *Showmatch*, *Vulnerables*, *Tumberos*, *Sorpresa y media*, *Fútbol de primera*, *Sábado bus*, *Peor es nada*, *La Biblia y el calefón*, *Día D*, *Los buscas*, etcétera, etcétera, lo hicieron las productoras independientes. En el año 99, y como consecuencia de que no había reglamentación al respecto, se forma CAPIT para darle forma a lo que es la producción independiente, y esa excelencia y esa multiplicidad de productos que fuimos armando generó el gran proceso de exportación que tuvo la televisión argentina a finales de los 90 y a principios del 2000, con éxitos de exportación como *CQC*, *Epitafios*, *Tiempo final*, *Lalola*, *Los Roldán*, todo lo que hizo Cris Morena, *Mujeres asesinas*, *La Liga*, etcétera, etcétera, *Violetta* actualmente.

Eso nos llevó, a finales de los 90, a ser el cuarto exportador mundial de formatos televisivos, detrás de Estados Unidos, Inglaterra y Holanda. Nosotros, para ese entonces, hacíamos el 50 por ciento de la televisión del *prime time*... Perdón, el 50 por ciento de toda la televisión y el 80 por ciento del *prime time*. En la diversidad de productos, en la cantidad de productos que poníamos al aire de excelencia, incorporando gente que estaba fuera de la tele, logramos generar productos de impacto mundial. Esa es la razón por la que logramos ubicarnos en esa situación de cuarto lugar como exportadores de formato.

Pero a su vez, como yo decía al principio, la televisión se hacía con gente que estaba dentro de los canales, hasta que aparecimos nosotros e incorporamos a la gente que estaba fuera de los canales. Y en esa misma etapa se desarrollaron carreras universitarias en todas las universidades, con miles de pibes que estudian al día de hoy carreras vinculadas a la actividad audiovisual, cuya principal salida laboral son las productoras independientes. Si hacemos números, en los últimos veinte años las productoras independientes han tomado miles de personas y los canales, de alguna manera, han ido trasladando su situación de personal, si se quiere hasta su situación laboral, hacia las productoras independientes.

En definitiva, hay tres patas que sostienen la importancia de la producción independiente, una de las cuales –no voy a redundar, porque estamos en el Senado y es una obviedad– tiene que ver finalmente con la defensa de la identidad cultural, de la identidad nacional, del federalismo, de todo lo que tiene que ver con producir contenidos que reflejen la vida de este país en materia de ficciones, y en materia de documentales, y en materia de todo lo que se pueda hacer, frente a la cantidad de contenidos que llegan representando culturas de

otro país y que poco tiene que ver con lo que nos pasa a nosotros.

Agrego a eso, obviamente, lo que acabo de decir: somos la gran fuente de exportación de entrada de divisas, de dólares, y somos la principal salida laboral para los miles de estudiantes que están hoy en las carreras vinculadas a comunicación en todas las universidades nacionales. Tres patas fundamentales para sostener la importancia de la producción independiente.

Hoy, pese a que ya no tenemos tal porcentaje en el *prime time* y en el resto de la programación, aun así, los principales programas de la tele son nuestros: *Simona, PH, Mirtha Legrand, Cien días para enamorarse* –que se estrenó esta semana–, *Cocineros, El diario de Mariana, La tribuna de Guido, Los 8 escalones*; son los principales éxitos de la TV actual. Agregó: hemos hecho los debates presidenciales de 2015 y vamos a hacer los debates presidenciales de 2019.

¿Cómo se garantiza, finalmente, que se sostenga la producción independiente, es decir, la posibilidad de seguir sosteniendo estas tres patas de las que hablamos? De la única manera en que se hace en todo el mundo: fijando cuotas de pantalla. La cuota de pantalla que obliga a un canal a un determinado porcentaje de producción independiente es la única garantía para que esa producción se sostenga. Para no perder tiempo, no voy a redundar en que obviamente es así en todo el mundo, no es un invento nuestro. Y en la presentación formal que vamos a hacer va a quedar expresado cómo es en Canadá, en Brasil, en Australia, en Francia, en todos los países en donde hay toda una legislación que garantiza esto. Es más, esto se extiende más allá de los canales. Hoy, sin ir más lejos, estos días, salió publicada la resolución de la Comunidad Europea que le obliga a *Netflix* a colocar un 30 por ciento de contenidos europeos en su librería de opciones. Esto lo van a reglamentar, de alguna manera, pero ya es así. Incluyo, además, que tienen que poner plata para fondos de promoción de producción audiovisual y/o producir localmente en cada uno de los países.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que se discutió hace unos años preveía –y tuvimos nosotros la discusión con ellos– un porcentaje de producción independiente que, a nuestro juicio, era insuficiente para lo que era la televisión de alcance nacional: pusieron un 30 por ciento cuando nosotros en ese momento ya hacíamos el 50; luego fuimos bajando. Pero, a su vez, les pedían el 15 por ciento a canales del Interior que no tienen la posibilidad técnica real de hacer un 15 por ciento de producción independiente. Nuestra propuesta original era ampliar esa brecha: más cuota para los canales nacionales y alivianar la carga sobre los canales del Interior.

¿Cuál es la propuesta actual que hace CAPIT y que, de todas maneras, vamos a entregar por escrito formalmente? En primer lugar, que la cuota de producción independiente sea del 40 por ciento para los canales de alcance nacional, entendiendo por esto a los canales 2, 7, 9, 11, 13; bajaron 10 por ciento, con algunas prerrogativas que habría que estudiar, para aquellos canales que son regionales o que representan a lugares chicos, donde realmente es muy difícil hacerlo.

Y acá hay dos aspectos centrales que no estaban en la ley anterior y que para nosotros son fundamentales. Primero, una cosa que va de suyo, estamos hablando de programas estreno, porque se ha llegado a utilizar la repetición de producciones independientes para decir “cumplimos la cuota de producción independiente”. A ver, no hace falta ni aclararlo, pero hay que aclararlo: es estreno; la repetición no computa en ningún caso. Segundo, no sirve la cuota de pantalla si no está franjeada, si no hay un porcentaje proporcional a la mañana, otro tanto a la tarde y fundamentalmente otro tanto en el *prime time*, que es donde están los principales recursos que permiten hacer los principales programas. No habrá exportación de programas si no hay volumen de producción nacional y volumen de calidad y de inversión importante, y eso está en el *prime time*. Por lo tanto, al 40 por ciento que pedimos aclaramos específicamente: franjeado y de estreno.

Pero además, siguiendo el ejemplo de Brasil, pedimos que se tenga en cuenta que las señales extranjeras también tienen que producir algo acá. En Brasil, ejemplo, el esquema es de tres horas semanales de estreno en todas las señales internacionales. Por eso cuando uno mira HBO ve una serie brasilera, porque están obligados a hacer algo, y eso fue lo que generó la explosión de productoras independientes en Brasil, que hasta ese momento no eran tan importantes como a partir de esa legislación. Por lo tanto nosotros pedimos que, por lo menos, tengamos dos horas de producción independiente en las señales internacionales y en el *prime time*, porque el nivel de exigencia de calidad que tienen para ese *prime time* va a generar producciones de calidad y no producciones de relleno.

Finalmente, lo que es todo este nuevo esquema de plataformas, las llamadas OTT, Netflix, Amazon, Apple, o lo que pudiera aparecer, también tiene que estar considerado en esta normativa, de alguna manera, al estilo de como lo hace la Comunidad Europea. Suena un poco pedante, pero somos la tele; somos la tele. Y en algún momento, de alguna forma, conquistamos parte del mundo. Usted podía viajar a cualquier país del mundo, o a muchos países del mundo, y encontrar una versión local de *CQC*, por ejemplo: la versión italiana, la brasilera, la española, la portuguesa, la chilena. Acá está Diego Guebel, el creador, y nos puede contar en cuántos países. Pero esto fue así por la creatividad que se incorporó.

Ahora, quiero decir algo que es importante que quede claro, para que no parezca que estamos viniendo a defender solo a un sector. Suar, Cris Morena impusieron, por dar ejemplos, sus contenidos en todo el mundo. Nada de lo que ellos hicieron hubiera sido posible sin los canales; pero ellos sin nosotros, tampoco.

Conquistar el mundo fue un logro colectivo. Sindicatos, canales, productoras de televisión tienen que estar reflejadas en esta nueva ley para una televisión mejor, para una televisión de exportación, para una televisión que dé trabajo y para una televisión que refleje nuestros valores. Para eso está la producción independiente.

Alguna duda, alguna pregunta, aquí estamos y estoy acompañado por los principales productores independientes del país.

Sr. Presidente (Luenzo).- Bien. Dejamos abierta la posibilidad de alguna consulta.

Mientras tanto, creo que es bueno tal vez hacer una aclaración que me parece importante. Esta es una ley que estamos discutiendo y que estamos debatiendo que apunta solo a lo tecnológico y a la posibilidad de poder diseñar un nuevo esquema de nuevas tecnologías, de nuevos actores y de nuevos jugadores que va a tener el sistema de comunicaciones en la República Argentina. Para ponerlo con nombre y apellido, el tema de Telefónica, la posibilidad de DirecTV, que todos den todos, en el concepto de redes compartidas, como ya está pasando en distintas partes del mundo.

Queda excluido el debate alrededor del tema de contenidos en esta primera etapa. En principio, se trabajó durante casi dos años en la redacción de una ley que finalmente no llega al Congreso. Este proyecto del Ejecutivo Nacional apunta solamente a ordenar desde el punto de vista tecnológico.

Tampoco podemos hacer una abstracción de que lo tecnológico no impacta en la elaboración de los contenidos –esto también nosotros lo tenemos claro–, pero quiero dejar por lo menos aclarado este aspecto porque me parece sumamente importante esta etapa en la discusión de los contenidos en esta síntesis sobre lo que se ha avanzado, en este caso parcialmente de Argentina Satelital y la ley audiovisual que teníamos en la Argentina que deja de lado la posibilidad de poder discutir un tema que es central.

Hago esta aclaración: no es abstracto discutir tecnología sin tener en cuenta contenidos.

Sr. Borensztein.- Déjeme decirle algo. Estamos de acuerdo, estamos discutiendo tecnología, estamos discutiendo modificaciones a la ley de telecomunicaciones y a la ley de servicios de comunicación audiovisual, que no es ajena a los contenidos. Pero, a ver, estamos discutiendo

la autopista. En la autopista viene el pibe con la moto y el delivery a la casa de un tucumano que pidió empanadas tucumanas y cuando abra la cajita, si no discutimos esto, se va a encontrar con un *shish kebab* turco.

Entonces, no es un tema tan alejado; al contrario, creo que es central porque, finalmente –allí perdonen porque me escapó completamente del tema–, de lo que se trata es de contenidos. Nosotros somos los que hacemos las empanadas.

- *Se realizan manifestaciones fuera del alcance del micrófono.*

Sr. Borensztein.- Hay salteñas también. Imagínese si al salteño le llega y *falafel*.

Sr. Presidente (Luenzo).- Dejamos abierto el espacio para las consultas.

Tiene la palabra el senador Romero.

Sr. Romero.- Si bien es cierto, señor presidente, que el tema contenidos no lo abordamos ahora, no quita que sea más importante la visualización que usted nos expresó sobre la actividad nacional.

Esta es una pregunta que hacía el presidente. Yo entiendo que cuando nos llegó esta ley, quedó pendiente el otro tema que lo vamos a abordar. O sea que no es que quedó descartado. Yo pienso que es tarea de este Congreso y de este Senado también estudiar el tema contenidos. Por lo tanto, va a ser de mucha utilidad su propuesta con la experiencia regional y lo que convenga en el país hacer buscando un equilibrio.

La pregunta es la siguiente. La ley debe expresarse como contenido de producción independiente o es como se llamaba antes, de producción nacional. Cómo es la expresión que debe volcar la ley para que cubra aquello que queremos cubrir, que es la producción local tanto en lo que se llama nacional, que no es otra cosa que el potencial de los canales de Buenos Aires, con los otros canales del interior que en general hay uno por provincia y – como usted dice– no se considera nacional porque son locales pero son los que la gente ve cotidianamente. En cambio, los llamados nacionales solamente los ven aquellos que tengan cable. Por ahora; después habrá más *streaming* o lo que sea.

La pregunta es si esa expresión en la ley debe estar reunida a producción nacional o producción, porque usted llama independiente y se sobreentiende que es solamente la nacional. Esa es la pregunta.

Sr. Borensztein.- El punto es bastante claro y bastante simple. Se considera producción nacional dividida en dos formatos. Mis amigos del SAT seguramente les van a explicar lo que es la producción propia, que es la producción de los canales, lo que los canales hacen adentro, en su propia cocina. Nosotros somos la producción nacional independiente, la que se hace por fuera de los canales.

Cuando se habla de cuota, se habla de cuota de producción nacional –que en la ley anterior era de un 60– 30 propia y 30 independiente. Nosotros pensamos que siendo que las productoras independientes son las principales fuentes de exportación y, al mismo tiempo, las principales fuentes de acceso laboral de toda esta nueva masa de estudiantes, pedimos 40. No contra el 30 de ellos, sino contra el 40 de los canales para que el total de la producción nacional sea 70, y los canales tengan igual un 30 por ciento –que es una buena cantidad de horas–, para generar contenidos turcos o repeticiones o lo que más les convenga.

Sr. Romero.- Gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Muchas gracias.

Sr. Borensztein.- Gracias a ustedes.

Sr. Presidente (Luenzo).- Lo que les pedimos es que dejen el documento que tienen elaborado con las propuestas.

A continuación, invitamos a Supercanal, que es una empresa proveedora de servicios integrados de TV por cable, teléfono e internet, en el interior de la Argentina. Tiene presencia en catorce provincias, cubriendo gran parte del territorio nacional, como Catamarca, Tucumán, La Rioja, Santiago del Estero, San Juan, San Luis, Mendoza, Santa Fe, Córdoba,

Chubut, Neuquén, Río negro, Santa Cruz y Tierra del Fuego. Es propiedad del grupo América.

Martín Armentano: cómo te va, es un gusto. Gracias por estar

Sr. Armentano.- Buenas tardes. Muchas gracias, señor presidente, por la invitación, en nombre de Supercanal y sus accionistas. Gracias, senadores, y a todos los presentes.

La posición de Supercanal con respecto a esta ley corta –o lo que se ha dado en denominar ley corta– es crítica. En principio, porque Supercanal está en pro de una convergencia, pero de una convergencia sin concentración. Nosotros creemos que la convergencia tecnológica trae aparejada la convergencia de mercados y que, a su vez, la convergencia de mercados es normal que tienda a una convergencia regulatoria, porque ahora distintas leyes vienen a converger en una sola ley, pero creemos que esa convergencia puede darse sin necesidad de una concentración que en definitiva redunde en perjuicio del propio Estado, de los usuarios, de los consumidores y de los actores que conforman esta industria que no sean los cuatro o cinco grupos concentrados de las telecomunicaciones de la Argentina.

Para encarar el tema –lo haré muy rápidamente para tratar de resumir–, voy a tratar de justificar por qué amerita que el Senado, que el Congreso, tenga en cuenta la industria del cable y en cierta forma propenda a considerar ciertas asimetrías en el sector.

Este es un servicio que lleva más de cincuenta años en la Argentina; setecientos cableoperadores lo conforman. Aquí hay miembros de las distintas cámaras de pequeñas y medidas empresas que ya tuvieron la oportunidad de exponer. Es un actor fundamental de la sociedad de información en la Argentina. Ochocientas señales nacionales muy pequeñas que en algunos pueblos son el único noticiero local el que genera el cable. Mil productoras independientes, algunas casi unipersonales, muy humildes pero por ello menos importante para la sociedad de la información en la Argentina. Genera 25.000 puestos de trabajo, tiene más de nueve millones de abonados.

Aunque no parezca, el 41 por ciento de la banda ancha en la Argentina es generada por estas empresas de cable. Es decir, en décadas durante las cuales las telco se pararon sobre su vieja infraestructura de cable heredada de Entel, el cable fue quien llevó realmente el servicio de banda ancha al interior profundo. Y, además, justifica la exposición el tema de estar discutiendo la ley corta y, como bien decía el presidente, estar en pleno proceso de elaboración una ley integral convergente.

¿Cuándo aparece el cable en la legislación nacional? Allá, por 1972 con una mera definición como “servicios especiales”. Una época en la cual uno podía operar con el cable, si tenía una habilitación municipal para tender un tendido y con eso empezar a operar.

Se trata un poco más profundamente con la ley en 1976, la ley 22.285. Una ley que tenía limitaciones en cuanto a los socios, tenían que ser personas periodísticas los titulares de este tipo de empresas audiovisuales. Eso vino a cambiar en la década de los 90 con la ley de reforma del Estado que eliminó la restricción para que empresas *holding* sean titulares de medios, de empresas periodísticas también para que sean titulares de medios. Y con esto se genera una tendencia y empieza a aparecer los multimedios en la Argentina.

Ahora bien, pasan muchos años y esta ley se mantiene durante la época de la democracia permanentemente con un COMFER que tenía composición militar, siempre intervenido, por supuesto, durante la época de la democracia.

Y llegamos a la ley de medios, la ley 26.522, que elimina el COMFER, se genera el AFSCA como la nueva autoridad de aplicación, tan dependiente del Poder Ejecutivo como lo era el COMFER con un interventor y –digo también– tanto como lo es el ENACOM hoy del Poder Ejecutivo que cuatro de sus siete miembros. Y se establecen una serie de obligaciones –recién nombraban algunas– de producción propia con relación a los contenidos.

Coincidimos con la exposición anterior con cierto grado de desconocimiento con lo que es la industria del cable, fundamentalmente en el interior del país. Imagínense que a esos pequeños cables les imponían obligaciones similares como los que le cabía, por ejemplo –acá veo al gerente de legales de América–, a América TV, un canal que, por ahí, hace un noticiero en Bariloche para 5.000 abonados. En algunos de los pueblos en donde opera en cable no existían ni siquiera las productoras que fueran capaces de generar los contenidos que exigía la norma.

En 2014 se modifica parcialmente la situación con relación a la industria del cable, porque esta ley, que es la última ley de la gestión nacional anterior en materia de telecomunicaciones, lo que hizo fue plantear ya como iniciado el proceso de convergencia y permitirle a las telco prestar servicios audiovisuales. Por supuesto, dejó afuera el DTH, que es lo que hoy estamos discutiendo en esta ley corta. Pero ya la ley TIC –como se le llama– inició el proceso de convergencia normativa en la Argentina.

A mí entender lo hizo bastante bien. Vendría muy bien –entiendo– para este proceso repasar cómo estipulaba la ley TIC que las grandes empresas telco podían ingresar al mercado de la televisión por suscripción. Pues, exigía planes de implementación gradual, parámetros que debían estipularse, ciertas condiciones de ingreso. La verdad es que, en ese sentido, entendemos que estaba muy bien estipulado este ingreso de las telco.

Con lo cual, la gestión actual se encuentra con un mercado ya plenamente convergente y una normativa que le daba el puntapié inicial a la convergencia. Ahora bien, ¿con qué mercado se encontró? Bueno, a fines del año 2015 la gestión actual se encuentra con una televisión de pago de la penetración más alta de América Latina, un 84 por ciento de penetración. No solo una penetración muy alta a nivel global, sino una muy buena penetración a nivel regional desde las provincias del Sur que son las que más demandan el servicio de televisión, por cuestiones lógicas, hasta el Norte con muy buena penetración en cada una de las provincias, y también con muy buena penetración en todos los sectores socioeconómicos. Un 88 por ciento de penetración en nivel socioeconómico alto y un 74 en nivel socioeconómico bajo. Consideramos aquí que el INDEC decía para esta fecha que en la Argentina había 30 por ciento de pobres. Con lo cual, no es un dato menor la penetración y la aceptación del servicio en general.

¿Con qué margen llega o se encuentra la gestión actual? Podría parecer que está concentrado, si yo les dijera que el 35 por ciento del mercado se lo dividen entre 700 operadores y el 65 por ciento se lo dividen entre el 28 de DirecTV y el 37 de Cablevisión. Sin embargo, no está tan concentrado cuando lo comparamos con el resto de los servicios TIC.

Vamos a la banda ancha móvil, por ejemplo. La conexión de internet que cualquiera puede tener en su domicilio. Totalmente concentrado... Perdón, Banda ancha móvil, los datos de celular... En tres partes iguales: entre Claro, Movistar y Personal. La banda ancha fija, tres jugadores: 30 por ciento Speedy, 32 Cablevisión, 29 Arnet. Solamente, el 8 por ciento desconcentrado en la banda ancha fija. Veíamos que en la televisión esa desconcentración es del 35. De continuar en la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia la aprobación de la fusión Telecom y Cablevisión, el 61 por ciento de la banda ancha fija quedaría en manos de un operador en la Argentina.

Y el...

- No se llegan a percibir con claridad las palabras del orador.

Sr. Armentano.... de la telefónica móvil en tres partes iguales: 33 Movistar, 33 Personal, 33 Claro. El 62 por ciento de las denuncias en Defensa del Consumidor en la Argentina devienen justamente por la prestación del servicio de telefonía móvil. Poca inversión, servicio malo, usuarios disconformes; creo que es lo que se puede replicar en cualquier mercado con concentraciones tan altas y que generan tan poca competencia entre los pocos operadores.

Ahora hablemos de qué implica el cable en materia laboral, en materia de fuentes de trabajo, ya que está aquí el SATSAID. Si sumamos a las telco y al cable, todos los empleados juntos, el 58 por ciento de los puestos de trabajo es generado por las telco y el 42 por el cable. Ahora bien, en facturación el 85 por ciento corresponde a las telco y solo el 15 por ciento al cable. ¿Qué quiere decir eso? Que para facturar cien millones de dólares las telco utilizan 264 empleados. ¿Cuánto utiliza el cable para facturar la misma suma? 1.100 empleados. Esto no es un dato menor, y no es un dato menor para los legisladores, porque si seguimos apuntando a un mercado de concentración, si permitimos que las grandes compañías en una industria en donde la magnitud es todo coopten este mercado, seguramente muchas de estas fuentes de trabajo se van a ver afectadas.

Bueno, ya dijimos, entonces, con qué marco regulatorio se encontró la gestión actual y con qué mercado se encontró. Ahora, veamos qué se hizo. A los 19 días de asumidos se dicta un DNU, todavía Sabatella se resistía a dejar el cargo y ya tenía un decreto que había eliminado el cargo que ocupaba. Eso con relación al cable, lo sacó de la órbita de la ley de medios y lo llevó a la órbita de la ley TIC. Todos los planes de adecuación de los grandes grupos devinieron en abstracto, se eliminaron todas las incompatibilidades que venían de la ley de medios. Se permitió la adquisición de Nextel por parte de Cablevisión, se permitió la modificación del objeto social de Telefónica que desde la privatización de Entel no se podía modificar por 99 años, no podían dar estos servicios. Bueno, el ENACOM le autorizó a modificar el objeto social de Telefónica.

En medio de esto el Poder Ejecutivo rompe la política de *Fútbol para todos*, termina adjudicándolo a Turner Fox. Turner, empresa controlada por AT&T, la principal empresa de telecomunicaciones de Estados Unidos, también controlante de DirectTV; o sea, DirectTV y el titular de los derechos del fútbol están controlados por la misma compañía. De esto no se tomó ninguna medida asimétrica, no se analizó, no se buscó un posible daño en el mercado que estas medidas podían tener. Hace muy poco el ENACOM aprobó la fusión Cablevisión-Telecom, autorizó a Telefónica a dar televisión por cable en algunos lugares, también a Claro en otros.

Con lo cual, lo que nosotros vemos de dos años y medio de gestión a hoy es una política regulatoria que tiende a la concentración, que tiende preocupantemente a la concentración; que no contempla el cable como un actor fundamental de la sociedad de información; y que, en definitiva, más allá de lo que suceda o no con el cable, entendemos que esto no va a redituarse en beneficio de los habitantes.

Finalmente, para cerrar el tema de la política regulatoria actual, dos cosas, nada más, con relación a la ley corta que nosotros entendemos que sí hay que tener en cuenta, y con esto termino.

Primero, se define qué es la televisión por suscripción. Se vuelve a definir, se da una definición más amplia: se incorpora al IPTV. Para traducir y que todos entiendan, ¿qué es el IPTV? Es el mismo "deco" que uno tiene en su casa, de siempre, de su empresa prestadora de cable; lo que pasa es que, en vez de venir la grilla de un cable coaxial, viene por Internet. Es básicamente lo mismo. ¿Suma que se incorpore? La verdad que sí, es una nueva tecnología. Pero nada dice del OTT –Netflix, por ejemplo–. Nada dice en la definición de servicios que hacen lo mismo que hacemos nosotros, que es venderle a la gente contenidos por una suscripción. Y se trata de empresas que no generan un puesto de trabajo en la Argentina, que no pagan un peso de impuestos. Ahora estamos viendo si empiezan a pagar IVA o ganancias; preguntémosle a cualquier comerciante de la zona: estamos viendo si pagás IVA y ganancias, a ver cómo lo podés pagar. No, si pago rentas, pago ingresos brutos, pago tasas municipales; si tengo un televisor pago SADAIC, AADI CAPIF... Esa es la situación en la que está una empresa que tiene 140 millones de usuarios en el mundo, 1 millón en la Argentina, según fuentes extraoficiales, porque ni siquiera dicen ni están obligados a decir cuántos usuarios

tienen en la Argentina, porque no se registran en ningún lado. La definición, a nuestro entender, de televisión por suscripción necesariamente tiene que incluir a los servicios OTT, que son los servicios lineales que llegan por Internet directamente, y que generalmente coinciden con empresas que cobran a través de un débito automático que va directamente de cuentas argentinas al exterior, sin pasar por ningún control en lo más mínimo.

Y, por último, entendemos también que el plazo del 1° de enero de 2019 para que las TELCO den el servicio de televisión por satélite es exiguo. Entendemos que deben tenerse en cuenta algunas asimetrías que ya se tuvieron en cuenta para el cable, que ya hay como una política del mismo Estado cuando reguló el ingreso de las TELCO a la televisión por cable. Con lo cual ahí hay un buen ejemplo para indagar y tomar algunas medidas de asimetría, como por ejemplo lo que se hizo con el cable, es decir, donde hay un operador de más de 700.000 abonados a nivel nacional, o sea que hay una magnitud importante, sí, que sea inmediato; y en cuanto al resto, ir dilatando en base a un plan el ingreso de estas grandes empresas de telecomunicaciones al mercado de la televisión de pago.

Muchas gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Bien. Te agradecería si podés dejar los datos como material de trabajo. Muchas gracias.

¿Alguna consulta?

- *No se realizan manifestaciones.*

Sr. Presidente (Luenzo).- Bien. Gracias, muy amable, muy gentil.

Vamos a compartir, ya que se ha hecho bastante referencia a un tema que es central, la opinión... Vamos a estar en un ratito con el sindicato, pero tenemos en el orden primero a la Asociación Argentina de Televisión por Cable –ATVC–, que tiene como función la representación institucional de las empresas y asociaciones que conforman la industria del cable de la Argentina. Se encarga de brindar asistencia de orden legal, impositivo y técnico relativo a asuntos de la industria del cable. Está presente Daniel Celentano en representación de ATVC. Gracias por estar.

Sr. Celentano.- Muchas gracias a ustedes, muchas gracias a la comisión y muchas gracias a los presentes.

Bien dijo usted que mi representada tiene una amplia participación en lo que son los servicios de comunicación audiovisual en todo el país.

Atento a que se ha hecho tanto detalle respecto de legislación y de datos, tanto hoy como en oportunidades anteriores, voy a tratar entonces de orientar la exposición a algún problema puntual que la ley le ocasiona a la actividad; y resulta de fundamental importancia entender de qué manera esta norma puede afectar la dinámica de los negocios convergentes.

Todo lo que se ha hecho últimamente respecto de los servicios audiovisuales se planteó desde el punto de vista de la convergencia en los negocios. Estamos en un camino convergente, en lo que vulgarmente se denomina el cuádruple *play*.

La televisión por cable nació en el interior atento a la necesidad que se planteaba por la falta de canales o repetidoras que llevaran contenidos. No voy a contar las historias que hemos contado en otras oportunidades, porque transitamos estos pasillos desde el año 2005, cuando discutimos la modificación del artículo 45 de la 22.285. En todos los escenarios la televisión por cable dijo lo mismo: competencia entre iguales. Si no tomamos en cuenta esta situación, seguramente vamos a terminar en una situación de fagocitación del pequeño y mediano productor en base de los grandes operadores incumbentes a los que esta norma estaría dando la posibilidad del ingreso.

Dijo bien mi antecesor que la televisión por cable tiene 700 empresas en todo el país. Parecería que la televisión por cable son cuatro o cinco. Error, son 700. La televisión por cable hoy existe en 1.200 localidades. Complementando lo que dijo Borensztein, hay una gran cantidad de producción local: hay 600 productoras locales que atienden 1.200

localidades y que defienden el producto regional, mantienen vivas las tradiciones de cada lugar. 6 millones de los hogares argentinos reciben la televisión por cable a través de los sistemas de conexión por vínculo físico o electrónico, y 3 millones de las conexiones de Internet son también producidas por la televisión por cable. Si no se tiene en cuenta este escenario de dispersión que tiene la actividad, podemos llegar a generar una devastación, diría yo, de todos esos productos locales y regionales, porque la gran mayoría de las empresas de televisión por cable son pequeñas empresas, pequeñas y medianas.

Van a hablar después de mí los representantes del sindicato, que podrán seguramente ratificar que la televisión por cable genera 25.000 puestos de trabajo directos y otros tantos en forma indirecta.

Decía, en consecuencia, que nosotros estamos en un escenario de convergencia, yendo a lo que eventualmente, a futuro, será el cuádruple *play*. Hoy la televisión por cable es sólida y madura, podríamos decir, en lo que tiene que ver puntualmente con el servicio de video. Muchas de estas empresas han desarrollado también el acceso a Internet. Muchas seguramente están en un inicio de ese tipo de inversión, porque la televisión por cable fue requerida a través de toda su historia para dar respuesta al rápido avance que fue haciendo la tecnología, por lo que fue generando nuevas inversiones en forma permanente, y también ahora lo está haciendo. Ahora va a necesitar de los plazos que el mercado y la política le puedan otorgar para poder estar en condiciones de competir con el ingreso de nuevos jugadores.

Yo voy a dar un dato que puede resultar menor, gracioso. Yo me crié en un pueblo que está a 300 kilómetros –"es una ciudad" me va a decir algún coterráneo, pero era un pueblo–. El 20 de julio del 69, el día que el Apolo 11 alunizó, en mi casa no había televisión, no estaba el aparato. Estábamos todos reunidos en derredor de la casa de un familiar tratando de que de arriba sintonizara, y había una lluvia permanente ahí. Le habían puesto un celofán azul y no se veía nada. Cuarenta y nueve años pasaron; no es una cuestión del Virreinato.

Cuando yo vine a estudiar a la Capital muchas veces en las conversaciones que tenían mis compañeros me quedaba medio sin entender qué decían: yo no veía televisión. La televisión por cable fue una industria maravillosa, formadora no solamente de llevar entretenimiento, y se la ha enfocado siempre como eso, como un negocio. No. Hoy, en función de la televisión por cable y en función del avance de Internet, cualquier lugar de la República –y esto lo digo con conocimiento de la causa, porque he recorrido por cuestiones laborales– tiene una red. Hoy las redes están en todo el país. A las redes hay que tratar de mantenerlas. Porque en el caso que no les demos los plazos que requieren los pequeños y medianos productores para generar el volumen que les permita ser competitivos, definitivamente van a desaparecer. Eso no solamente va a generar desaparición de empresas, va a generar también desaparición de puestos de trabajo.

Requiere, entonces, puntualmente en lo que tiene que ver con la posibilidad de que grandes jugadores latinoamericanos ingresen en el servicio de la televisión satelital, que se les otorgue a las pequeñas y medianas empresas la posibilidad de generar las estructuras que les permitan competir. Pero no digo que esto tiene que ser una cuestión manejada imprudentemente, digo que necesariamente, si van a ingresar jugadores que ya tienen...

Me han cortado.

Sr. Presidente (Luenzo).- No, no vamos a cortar la libertad de expresión a nadie. Es para ir redondeando. Seríamos contradictorios.

Sr. Celentano.- Casi una censura.

Sr. Presidente (Luenzo).- Es orientativo, nada más.

Sr. Celentano.- Decía que la ley, el DNU 267/2015, y lo dijo el 1340, lo que se busca acá es generar inversión, desarrollo de los mercados, mejoras en la calidad de los servicios, reducción de los precios. Si se permite ingresar a un jugador preponderante –todo esto que se

dijo– va a quedar sin efecto.

Digo, esta norma va en contra de lo que se vino diciendo anteriormente; contradice, y se contradice a ella, porque paradójicamente busca compartir infraestructura y le da la posibilidad de que venga al que no ha hecho ninguna inversión, al que no necesita infraestructura, porque ya tiene el costo hundido del satélite. No va a haber inversión, va a haber un desguace de la pequeña y mediana empresa, y después sí se va a poder hacer cargo de la infraestructura, porque no va a tener quién la use.

Sr. Presidente (Luenzo).- Una consulta, para ir cerrando, y para demostrar que no hemos coartado la libertad de expresión.

Sr. Celentano.- Me ajusté a esto.

Sr. Presidente (Luenzo).- Justamente. Pero para dar lugar al resto de los invitados.

Vos estás hablando de un plazo. ¿Vos crees que con ese plazo, que también está previsto en este proyecto de ley enviado por el Ejecutivo, que habla de un año, que podemos hablar de dos y que podemos discutir si es para 80.000 habitantes, para 50.000 en otra etapa, es posible finalmente permitirles a los cableoperadores, a los operadores del Interior, a nuestros cables en realidad, la posibilidad de poder competir en un pie de igualdad? ¿Es el plazo la llave para decir que es una ley posible?

Sr. Celentano.- Mire, la verdad es que yo tenía otra orientación en la exposición; la fui cambiando en función de lo que se dijo para no ser reiterativo y para que se pueda entender claramente dónde está la problemática, porque si yo de acá me voy...

Yo le voy a leer, porque ustedes y todos tenemos que tener claro que venimos acá, más allá que para defender la Patria y la industria, para arrojar datos de objetividad. Yo le voy a leer un párrafo del dictamen de mayoría que aprobó, en función del procedimiento de la 26.122, el DNU 267/15. Me va a llevar un minuto más.

Dice el dictamen de mayoría: “Para tal futura discusión, adelantamos desde ya la necesidad de revisar, en el marco regulatorio de transición que ahora consideramos, la imprescindible necesidad de formular una regulación que atienda con efectiva perspectiva federalista a las diversas realidades sobre las que deberá igualmente incidir, tratándose de una materia propia del derecho federal. Los marcos regulatorios que alcanzan a la totalidad de las comunicaciones audiovisuales y las telecomunicaciones del país, afectando a sus actores y destinatarios locales, debe hacerse con intervenciones direccionadas a lograr y profundizar la equidad a efectos de impedir la concentración por parte de los actores preponderantes del mercado. Pensamos así en las empresas que proveen servicios de cable en el interior del país, que merecen protección equitativa a efectos de fomentar la competencia e impedir la concentración que es siempre su rival en la libre economía de mercado. En tal sentido resulta necesario reconsiderar las condiciones y el plazo para que...” actores preponderantes... “que incuestionablemente se encuentran en una situación de poder significativo de mercado, puedan prestar el servicio de radiodifusión...” satelital. “Así, por caso, podría considerarse exiguo el plazo contemplado en el artículo 94 de la ley 27.078, modificado por el artículo 10 del decreto 267/15, que en principio habilitaría a extenderlo a cinco años, prorrogable por un plazo igual, conforme las condiciones de mercado en el área que se trate.”

Este documento salió de acá, de esta misma casa, no es nuestro.

Sr. Presidente (Luenzo).- Bien. Y lo rubrica.

Sr. Celentano.- Absolutamente.

Sr. Presidente (Luenzo).- Gracias, Daniel, muy amable.

Bien, vamos a seguir avanzando. En varias oportunidades hemos hablado de los trabajadores. Bueno, vamos a escuchar al Sindicato Argentino de Televisión, Telecomunicaciones, Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos, SATSAID.

¿Está El Chavo por ahí? ¿No?

Gracias por venir.

Sr. Berlingieri.- Gracias a ustedes por invitarnos. Vamos a tratar de fijar sintéticamente, ya que tenemos una guía para acotarnos a lo que se está tratando, si bien algunos de los temas que se van viendo son más extensos, que tienen que ver con los contenidos, pero como una apreciación general. En principio, nuestro sindicato es sumamente crítico con el proyecto de ley, porque hay en riesgo dos cosas que son muy importantes para nosotros. Una, hay en riesgo miles de puestos de trabajo, y cuando decimos “miles” estamos diciendo “15.000” puestos de trabajo que se desarrollan en la actividad de las empresas de cable más chicas del interior del país, más unos cuantos miles de trabajos que también entran en riesgo del resto de la radiodifusión. El complejo de radiodifusión se mide por la actividad de los servicios pagos y los servicios abiertos. Los canales de aire del interior del país, de distinto tamaño, que no suben en las plataformas satelitales, que no suben en ese tipo de plataformas pero que sí están en los cables, en la zona primaria de la actividad, también están en riesgo. Por lo tanto, coincidimos con que hay 20.000, 25.000 puestos de trabajo en riesgo en la Argentina. Todo esto en aras de una convergencia globalizadora.

Pero, además, lo que se cargaría en una convergencia que no tenga reglas de protección sería la radiodifusión argentina, los contenidos de la Argentina. Porque si a manos de la paquetización de la industria de las telecomunicaciones cargamos la regla de la radiodifusión, estamos perdiendo soberanía audiovisual, que es algo muy importante porque no solo se trata de puestos de trabajo, sino del derecho de los argentinos de comunicarnos, de recibir contenidos apreciables por nosotros que tenga que ver con nuestra lengua y con nuestra cultura. Esa en principio es nuestra óptica.

Queremos pasar a dar lectura, si me permiten, para no irnos y para tratar de atender lo que tiene que ver con la propuesta del proyecto que se trata.

En los fundamentos luce una vocación de negocio al hablar más de la OCDE que del derecho a comunicar. Las reglas de la Organización Mundial de Comercio tienen que ver con el negocio y con la transacción. Las reglas de radiodifusión se rigen más por el derecho a la comunicación, que son los protocolos de diversidad cultural que los pueblos han suscripto en la Unesco.

La realidad demuestra que la invocación de lo de las comunicaciones convergentes prometidas no es lo que se promete, ya que lo único que converge son las operaciones de los mismos grupos empresarios concentrando aún más concentrando el capital.

Esto da cuenta de la pertinencia de las críticas que nuestra Organización ha dictado del 267, al transferir al cable a la regla Argentina Digital y luego tener que reponer parte de la regulación por vía del dictado de la Resolución del ENACOM 1348.

La propuesta acrecienta la brecha entre los muy grandes que contarán con múltiples redes y paquetización versus los que no tienen capital de despegue o capacidad de paquetizar las ofertas de servicio o acceso al capital internacional a tasas bajas. Hay partes de la ley diseñada dirigidas a desregular accesos a contenidos y limitar protección a los pequeños proveedores bajo la excusa de ampliar la cobertura de internet y la infraestructura. En realidad, viene a desmontar la protección al acceso de los contenidos de interés relevante que están en la ley de medios pero sin tocarla en teoría.

Para eso, dice el proyecto que la comercialización de señales y programas se efectúan en condiciones transparentes, equitativas y no discriminatorias. Promete a cambio que la reglamentación del artículo –que no dice a cargo de quién estará ni en qué plazo– establecerá normas que favorezcan el ingreso de nuevos operadores y la sustentabilidad de las pymes y cooperativas. El gobierno, que acaba de decir que el único contenido que debe ser pasado en abierto es el mundial de fútbol, que autoriza a que los cables –chicos, por supuesto– tengan que pagar por los contenidos de los canales abiertos, que ha hecho destrozo con la pauta oficial, con pymes y cooperativas que no reciben nada hace trimestres, ahora dice que hará una regla para que la comercialización de los contenidos esté destinada a facilitar la entrada

de nuevos operadores.

Mientras tanto, habilita el quíntuple play y limita las reglas de protección del mercado al 1° de enero de 2019, en teoría de acuerdo al plazo existente pero modificando las condiciones implicadas en la salida del plazo de protección.

El punto central de la iniciativa es que habilita a las empresas de telefonía y cable a ofrecer servicios de televisión satelital, lo que hoy no está permitido para quien presta otros servicios de información y comunicación. De sancionarse la ley, Telefónica, Claro, al igual que Telecom, podrán competir con paquetes de cuádruple o quíntuple play, telefonía fija, móvil, banda ancha y televisión por cable tras realizar en teoría las inversiones en infraestructura correspondientes, más la tevé satelital, por cierto.

El Poder Ejecutivo señala que busca promover la competencia de infraestructura, facilitando que los prestadores de estos servicios desplieguen sus principales redes para generar mayor conectividad e inversión. Al respecto, la iniciativa obliga a los prestadores de servicio a compartir la denominada infraestructura pasiva, que son torres, postes, ductos, canalizaciones, cajas, cámaras, armarios y cualquier otro elemento que pueda ser utilizado para desplegar, albergar o instalar cables de comunicación electrónico, antenas, equipos, dispositivos o cualquier otro recurso análogo; y a los prestadores de servicio público – incluidas las cooperativas– a facilitar su infraestructura.

La regla propone que la contratación sea objetiva, transparente, no discriminatoria y proporcionada. En el mundo de la competencia de las telecomunicaciones existen reglas asimétricas para que el grande no se lleve puesto al mediano o al chico, de lo que esta propuesta carece. Esta ley es para que los grandes acrecienten la brecha, y en nombre de una pretendida igualdad y libre concurrencia, se profundizan las asimetrías.

Para dar un ejemplo que ilustra. Según el texto vigente a partir del DNU 267, que cambió la ley de medios, los prestadores de servicios básicos y celulares solo podían prestar el servicio de radiodifusión por suscripción mediante vínculo físico y/o mediante vínculo radioeléctrico a partir del 1° de enero de 2018. Luego se extendió dicho plazo por un año más, pero no se sumaba la televisión satelital.

De prosperar el proyecto, se introduce los prestadores referidos en el párrafo precedente: Podrán brindar servicios de radiodifusión por suscripción mediante vínculo satelital en las localidades y conforme al cronograma que apruebe el Poder Ejecutivo Nacional, estableciendo como fecha límite el 1° de enero de 2019.

Las referidas licenciatarias adoptarán las medidas necesarias para respetar el ámbito geográfico de prestación de este servicio, conforme se defina por la reglamentación del presente artículo, la que establecerá las sanciones pertinentes ante su infracción. Los prestadores previstos por este artículo no podrán comercializar ofertas conjuntas de servicios de comunicación móviles con servicios TIC hasta el 1° de enero de 2019 en aquellas localidades no habilitadas para el servicio de radiodifusión por suscripción mediante vínculo satelital. O sea que dentro de seis meses de sancionada podrán hacer todo y en cualquier lado.

La ventana es ínfima y desconoce otros modelos de integración del mercado cuando los más fuertes tienen capacidad de predación y subsidios cruzados al provenir de una actividad más grande. No debería ser menos de cinco años y, en cualquier caso, según el decreto reglamentario y la reglamentación del decreto reglamentario de la vigente.

La fecha de inicio de las prestaciones de los servicios por parte de las telco en las ciudades grandes fue el 1° de enero de 2018. Para el resto del país la fecha de inicio era determinada por el Ente Nacional de Comunicaciones y se debía considerar especialmente aquellas localidades de menos de 80.000 habitantes, donde el servicio referido sea prestado únicamente por cooperativas o pequeñas y medianas empresas.

El proyecto de ley define áreas y posibles prestadores, corrigiendo y complementando el DNU 267, con un resultado muy concreto: a las pymes las cuidaban del desarrollo conjunto

del cable y las telefónicas hasta el 1° de enero de 2019. A partir del 2 de enero no las cuidan más, pero, además de quedar a merced del cable en operación conjunta con las telefónicas, ahora van a tener que arreglar para pelear con el combo del quintuple play incluyendo el satélite. Además, las cooperativas deberán prestar sus instalaciones de infraestructura tanto grande como pequeña.

Es imposible que puedan confiar y esperar el decreto que regule la protección para acceder a los contenidos y que subsistan los operadores, porque el gobierno promete corregir las inequidades de la mano invisible del mercado. Lo que está en juego allí son 25.000 fuentes de trabajo directas. El artículo del proyecto promueve cambiar el artículo 9 de Argentina Digital, versión post decreto 267, por la que el cable pasa a ser telecomunicaciones. A tal fin dice que es el mercado de televisión cerrada sin distinciones al cable, al codificado y al satélite, y que por eso hay que hacer de esto una equiparación regulatoria.

Esto es solo cierto a efectos del cálculo del techo de la concentración que había en la ley de medios en base a un dictamen sobre adquisición de señales de la Comisión de Defensa de la Competencia cuando se hizo la fusión Multicanal- Cablevisión. Además, lo dicen partiendo de la ilusión de que es controlable donde se instala una antena satelital que se compra en zona no protegida y se monta en una sometida a protección. Aclaremos que tal cosa no es posible.

Agregamos que tampoco es cierto que ni el despliegue de redes ni la cantidad de señales locales y propias, ni en cantidad de fuentes de trabajo, la televisión satelital es regional por definición. No van a levantar canales locales. Por falta de espacio y falta de rentabilidad, les cobrarán a los abiertos para hacerlo, cosa que hoy ya habilitó la reglamentación del ENACOM. Por cierto, no hace crecer las fuentes de trabajo, tampoco.

Además, no se cumple la regla de unidades de negocios separadas que le serviría a los cableros para que no se los llevara puesto el trío de telefónicas de TV antes y después de Argentina Digital que puso esa regla. La regla sigue estando, pero nadie la menciona. Es el artículo 95, inciso a), de la Ley Argentina Digital, pos 267, inclusive.

A título de ejemplo: en Europa acaban de dictarse las líneas de guía para la aprobación de condiciones de poder significativo de mercado para servicios de comunicación, incluidas las OTT. La Comisión Europea propicia términos de defensa de mercado interno propio. Las nuevas directrices amplían el concepto de situación predominante del mercado para más allá de un solo operador, a fin de abarcar también la dominancia conjunta que permitiría ayudar a los reguladores a decidir si dos o más operadores pueden estar ejerciendo una influencia dominante en el mercado a fin de proteger a los más pequeños y a los consumidores.

En orden de lo dicho recientemente, cuestionamos la iniciativa por la incidencia de la concentración. La regionalidad de los satélites a las diferentes formas de financiamiento de las empresas internacionales que de las nacionales, a la “paquetización” del servicio, a la disminución de exigencia de contenidos nacionales y propios por vía de la migración de la calificación legal de los servicios que pasa a ser de comunicación audiovisual protegida por las reglas de diversidad cultural para ponerlo en un desregulado modelo de telecomunicaciones.

Todo ello provoca zozobra en la sustentabilidad de las empresas medianas y pequeñas del interior, y pone en riesgo el destino del sector y 25.000 fuentes de trabajo directas. Como consecuencia, el daño casi irreparable del derecho a comunicación de millones de argentinos.

Muchas gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Bien. ¿Podemos dejar constancia por escrito de la posición del SAT?

Sr. Berlingieri.- Sí.

Sr. Presidente (Luenzo).- Muchas gracias. Seguimos avanzando... Senador: ¿alguna consulta?

Sr. Solanas.- No.

Sr. Presidente (Luenzo).- Bien. Seguimos avanzando. Vamos a convocar la Asociación de Teleriodifusoras Argentinas, ATA. Está constituida por 23 canales de televisión abierta y gratuita, que conforman el 90 por ciento en el encendido total de todo el país. ATA tiene como objetivo la promoción y el fomento de la industria nacional de contenidos audiovisuales desde la producción hasta la emisión, y funciona como una herramienta para fortalecer su crecimiento y expansión.

Sr. Detry.- Hola. Soy Matías Detry, director ejecutivo de ATA.

Buenas tardes, presidente de la comisión, senadores, demás presentes.

Si les parece bien y un poco en honor a la brevedad que este tema amerita por la cantidad de presentes, procedo a dar lectura de lo que va a ser la posición de la cámara y, luego, pasarían tanto el presidente como vicepresidente para poder intercambiar alguna idea y dejar algún concepto reforzado.

Sr. Presidente (Luenzo).- Estamos abiertos a lo que propongan. Escuchamos la opinión y, luego, seguramente podemos intercambiar algún otro concepto.

Sr. Detry.- Muchas gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Con todo gusto.

Sr. Detry.- Como bien ha dicho en la presentación, ATA es una entidad que agrupa a la televisión privada del país. Actualmente está integrada por 22 socios que cubren la mayoría de las provincias y regiones. Fue fundada el 7 de septiembre de 1959 coincidiendo con los comienzos de la televisión privada en la Argentina, con lo que cuenta 58 años representando a quienes diariamente entretienen e informan a todos los ciudadanos de la República Argentina los 365 días del año, generando empleo directo e indirecto a más de 8.000 en las áreas técnicas, artísticas, periodísticas y autorales.

El principal ingreso de los canales abiertos es la venta de espacios publicitarios.

Todos conocemos la importancia de los medios de comunicación y de la televisión particular. Más del 90 por ciento de los hogares del país ven televisión todos los días, se informan, se previenen y se entretienen.

Asimismo, debemos resaltar la importancia que estos medios tienen en el acervo cultural de la población al estar localizados y difundir desde las diferentes regiones del país.

Sobre el particular, queremos presentar a esta comisión las siguientes consideraciones: en lo que hace a la televisión por cable la 1.394 del año 2016 del ENACOM determina que los titulares de licencia única Argentina Digital con registro de radiodifusión por suscripción mediante vínculo físico y/o radioeléctrico deberán garantizar conforme el principio de neutralidad en la red en cada área de cobertura autorizada la inclusión sin codificar de las emisiones de los servicios licenciatarios de televisión abierta de origen cuya área de cobertura coincida con el área de cobertura del servicio.

Esta resolución fue modificada posteriormente en el mes de diciembre de 2017 por la 5.160 del ENACOM, que establece que la inclusión de las señales correspondientes a los servicios licenciatarios de televisión abierta previstos en el artículo 2º, inciso c), del reglamento aprobado por la resolución 1.394/16 quedará sujeta a las condiciones convenidas entre las partes, su puesta a disposición en forma gratuita por parte del titular de la licencia del servicio de televisión abierta, generará la obligación de su inclusión.

Es de vital importancia destacar lo establecido en esta última norma, porque por medio de ello se permite a los licenciatarios de televisión abierta negociar un valor de la señal con los licenciatarios de los servicios de tecnologías de la información y las comunicaciones, servicios de TIC. En caso de no arribarse a un acuerdo entre las partes, la puesta a disposición

de la señal en forma gratuita por parte de titular de la licencia del servicio de televisión abierta, generará la generación de esa inclusión.

El principio receptado por la norma en cuestión vino a equiparar una grave injusticia, ya que las señales de televisión abierta eran las más visualizadas por los abonados de la televisión por suscripción, entre las 4 señales de aire de los canales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires superan el 40 por ciento de la audiencia total del cable, pero si sus titulares no podían cobrar por sus contenidos, ya que el reglamento aprobado por la resolución 1.394/16 no contemplaba esa posibilidad, como sí lo hacía la reglamentación de la ley 26.522. Sin embargo, las señales nacionales y extranjeras con menores porcentajes de visualización podían acordar valores con los titulares de la televisión por suscripción por la inclusión de su programación.

Respecto de los servicios por suscripción satelital cuya inclusión y/o remisión a la ley TIC que este proyecto propone, en la actualidad existe una única empresa que brinda los mismos servicios que DirectTV. Dicha empresa no incluye en su grilla de programación a los canales privados situados en las diversas provincias de nuestro país. Ello contradice el espíritu de la ley vigente. De esa forma, se priva a las audiencias situadas en el interior del país de poder visualizar los servicios informativos brindados por los canales abiertos locales. Asimismo, quienes actualmente tienen contratada la televisión satelital al no poder captar el canal abierto local, no pueden informarse de emergencias, tanto nacionales como regionales, relacionadas con problemáticas de salud o desastres naturales que ocurran, y que tanto daño pueden ocasionar al carecer el ciudadano de esa información.

Para comprenderlo en un caso concreto: si en una ciudad del interior DirectTV cuenta con una penetración del 30 por ciento, dicha audiencia no cuenta con posibilidad fáctica de poder sintonizar el canal abierto local. En estos casos se torna invisible la realidad local para los propios vecinos de cada ciudad del interior del país. Esto afecta en su esencia los principios democráticos que se basan en la publicidad de los actos de gobierno, tampoco se pueden observar las campañas políticas que establece la ley 26.571, por la que los licenciarios de los canales de televisión abierta deben ceder tiempo de programación a los pedidos respectivos en los que estas se desarrollan. También, le impide a una población de una zona determinada conocer de forma inmediata el acaecimiento de desastres naturales o permitirles conocer la magnitud de los mismos; terremotos, inundaciones, servicios de emergencia, etcétera.

Asimismo, se limita al absurdo los actos de solidaridad social que se promueven por una problemática concreta en una zona determinada, como son los llamados a la solidaridad por parte de los medios cercanos.

Como se dijo anteriormente, también, se precariza la situación laboral del personal de los canales abiertos locales, por cuanto su falta de presencia en el mercado impactaría sobre los ya menguados recursos de televisión abierta. Lo que dificulta significativamente la viabilidad de las pequeñas y medianas empresas licenciarias de los canales abiertos privados situados en el interior del país.

Como se podrá observar, el crecimiento de la TV satelital en estas condiciones podría ser directamente proporcional al perjuicio generado a los ciudadanos y la cultura local.

La ATA ha presentado reiterados en la entonces AFSCA, luego, ha realizado lo propio en el ENACOM, pero hasta el momento, no se ha obtenido solución alguna. Por los motivos expuestos, entendemos que este proyecto de ley debe extender las obligaciones impuestas a los servicios de televisión por suscripción por vínculo físico y radioeléctrico bajo idénticas condiciones dispuestas por las resoluciones 1.394 y 5.160 del ENACOM para los servicios de televisión de suscripción por vínculo satelital, de forma tal que toda la televisión por suscripción se encuentre embarcada bajo idéntico esquema.

De esa forma, todos los licenciarios de televisión abierta del país podrán negociar un

valor por la inclusión de su señal con los licenciarios de los servicios de TIC; y, en caso de no arribarse a un acuerdo entre las partes, la puesta a disposición de la señal en forma gratuita por parte del titular de la licencia del servicio de televisión abierta generará la obligación de su inclusión. Conforme a lo expresado previamente, ello se objetiva en razones de orden institucional, cultural y con el fin de evitar posiciones dominantes que conculcarían el principio del federalismo y la afectación de la sustentabilidad de las pequeñas y medianas empresas del interior. Es imprescindible que si los licenciarios de televisión abierta del país no arriban a un acuerdo por el valor de su señal, los titulares de servicios por suscripción, cable y satélite tengan obligación de incluir en su grilla las señales de licenciarios de televisión abierta, si ellos la ponen a disposición en forma gratuita. De esa forma se protege a los licenciarios de televisión abierta y a los habitantes de las distintas ciudades del interior del país. Adviértase que otro temperamento genera un grave daño institucional, cultural y económico a los canales abiertos locales, sin beneficio para nadie sino que, por el contrario, se genera un perjuicio claro y concreto para la población.

Por otra parte, y reiterando algunos argumentos expresados anteriormente, debemos hacer mención del artículo 11 del proyecto en cuestión. Éste establece que la comercialización de señales o programas audiovisuales debe efectuarse en condiciones transparentes, equitativas y no discriminatorias, de modo tal que se garantice una competencia legal y efectiva entre los distintos licenciarios de servicios de TIC y las comunicaciones que los requieran, evitando incurrir en conductas que configuren prácticas restrictivas de la competencia previstas en el artículo 2° de la ley 25.156, particularmente, sus incisos f) e i). La reglamentación del presente artículo establecerá normas que favorezcan el ingreso de nuevos operadores y la sustentabilidad de las pequeñas y medianas empresas y cooperativas.

Como es de público conocimiento, durante los últimos años los grandes avances tecnológicos impactaron fuertemente en los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales. Hoy, la televisión privada abierta se encuentra en crisis por enfrentarse a nuevos competidores transnacionales como son las plataformas de Internet, las señales DTS –el caso de Netflix que dijeron anteriormente– y otros jugadores internacionales. En este contexto, la producción de contenidos locales de los canales de televisión ha disminuido dramáticamente; y el mercado publicitario, fuente principal de ingresos para la industria, también se encuentra afectado ya que se ha producido una reducción en el mismo, así como una migración de la pauta publicitaria a otras plataformas y servicios internacionales. La nueva realidad se encuentra liderada por el *streaming* y el acceso a Internet de banda ancha. Adicionalmente, la industria de la televisión argentina cuenta con mayores costos operativos derivados de múltiples imposiciones regulatorias y una carga tributaria que no se aplica respecto de estos servicios transnacionales.

Este panorama obliga a la televisión privada abierta a reinventar su negocio para evitar su extinción, es decir, para lograr subsistir. Por dicho motivo, la industria debe solventarse con otras fuentes de comercialización, como ser la redistribución de su programación a través de otras ventanas y/o sistemas que permiten el acceso a contenidos a través de una suscripción. La restricción de esta posibilidad, tal como propone el artículo 11 in fine del presente proyecto, obliga a los productores de contenidos locales a proveer en mejores y más ventajosas condiciones de contratación a favor de quienes resulten ser nuevos operadores en el mercado de la televisión por suscripción en la Argentina, pero que son importantísimos operadores internacionales con presencia en la gran mayoría de los países de Latinoamérica y con una generación de ingresos, por los diversos servicios que prestan, exponencialmente mayor a los que pueden generar los productores de contenidos locales. Ello no hace más que acentuar la precaria situación de supervivencia a la que se expone en la actualidad nuestra industria de contenidos. De esta forma se restringe a los productores de

contenidos locales la posibilidad de acceder a necesarias fuentes de ingresos; y, al dificultarse la viabilidad de la industria nacional, la misma finalizará siendo remplazada por producciones extranjeras.

En virtud de todo lo expuesto es que solicitamos los siguientes puntos.

Que, teniendo en cuenta la remisión del servicio de radiodifusión por suscripción por soporte satelital a la ley TIC, se establezca expresamente la misma obligación y condiciones dispuestas por las resoluciones 1394/16 y 5160/17 del ENACOM tanto para la televisión satelital como para la televisión por cable. Bajo dichas condiciones, los servicios de televisión por suscripción por vínculo satelital deberán sumar a su servicio a todos los canales de televisión abierta en sus áreas de cobertura que se encuentren operativos y con licencia en el territorio nacional, siempre y cuando arriben los mismos a un acuerdo de retransmisión y/o éstos manifiesten su voluntad de entregar en forma gratuita la señal.

Que se elimine lo dispuesto en el artículo 11 in fine comentado del proyecto de ley en cuestión. Por las razones esgrimidas, entendemos que se deben atender los pedidos efectuados con el fin de colaborar en la sustentabilidad de los canales de televisión abierta, tanto en grandes como en pequeñas y medianas empresas, ya que son generadores de empleo decente, producen contenidos nacionales y locales promoviendo la identidad nacional y el arraigo cultural. Asimismo, los canales de televisión abierta son fundamentales en la necesaria pluralidad de ideas, opiniones e informaciones, que son parte esencial para la plena vigencia de la libertad de expresión en una sociedad democrática. Para garantizar la independencia y pluralidad de opiniones, es necesario que ellos sean viables económicamente.

Sin otro particular y quedando a disposición para cualquier aclaración o complemento, agradecemos nuevamente la invitación, e invito al presidente de ATA, doctor Eugenio Sosa Mendoza, a hacer las últimas reflexiones, junto con el vicepresidente.

Sr. Presidente (Luenzo).- Perfecto, Martín. Muchas gracias.

Eugenio Sosa, presidente; Mariano Alonso, vicepresidente: les pido algunas reflexiones a partir de lo que acabamos de escuchar.

Sr. Sosa Mendoza.- Simplemente, como bien graficaba el director ejecutivo de ATA, nuestra idea era contextualizar un poco en base a lo escuchado también por el sindicato, por CAPIT y demás.

Esta ley, en definitiva –fue muy bien planteado por ustedes también–, planteó una dicotomía entre lo que es distribución y contenidos. Uno puede decir: ¿por qué los canales abiertos de todo el país, los grandes, los pequeños, los canales federales de televisión, vienen a exponer su posición en este ámbito? En definitiva, lo que es la convergencia de servicios, lo que es la convergencia de plataformas, digamos, trae hoy la necesidad de vincular automáticamente algunas cuestiones. Nosotros hemos planteado tanto desde la visión de canales abiertos grandes como pequeños cómo esta ley puede influir en lo que es la actividad propia de los canales de televisión.

Usted al principio decía "la famosa ley corta". Es corta y no tan corta. ¿Por qué? Porque puntualmente el artículo 11 habla de cómo va a ser la forma, con qué limitación o con qué parámetro va a ser la negociación de los contenidos de los nuevos operadores respecto de los contenidos de los canales de televisión. Entonces, ahí sí tenemos algo que decir; tenemos mucho para decir.

Después le voy a ceder la palabra a Mariano Alonso, que es el vicepresidente de ATA y representa a los canales del interior del país, que tienen una problemática específica también, y todo lo que esta ley importa.

Pero, en definitiva, lo que queremos transmitir nosotros es que esta ley nos encuentra en un contexto convergente, dinámico. Se habló acá de la Luna. O sea, quizá tenemos convenios colectivos de hace 40 años, tenemos regulaciones de los años ochenta en cuanto a

normativas y ley de radiodifusión que todavía están vigentes. O sea, tenemos un marco jurídico, laboral e impositivo de otra época, cuando hay una revolución tecnológica que es parte de esto.

La verdad es que el desafío para que también haya más producciones, como quiere el CAPIT, es que realmente esto esté acompañado en un todo, que sea una industria que sea realmente productiva y que realmente no tenga mochilas regulatorias, mochilas de distinto tipo, y competencias, digamos, que son asimétricas. Porque hoy los competidores con los cuales nos enfrentamos tienen un montón de facilidades, un montón de beneficios que no solamente impiden la sustentabilidad, sino en muchos casos la supervivencia de nuestros canales.

Pero puntualmente me gustaría que Mariano exprese un poco la especificidad o la problemática puntual que tienen los canales del interior y qué está en juego a través de esta ley y a través de esta nueva etapa que viene en la Argentina.

Sr. Presidente (Luenzo).- Gracias, Eugenio.

Mariano: fundamentalmente, hay un tema para complementar un poco lo que primero dijo Matías y ahora estaba referenciando Eugenio: ¿cuál es el porcentaje de producción local que hoy tienen? ¿Un promedio? Sé que es muy distinto un canal del interior...

Sr. Alonso.- Es muy distinto. Yo estoy en el canal de Mendoza y hoy debemos estar produciendo 7 horas, 8 horas en vivo.

Pero lo que yo que quiero asentar o dejar en claro es lo siguiente. Obviamente, al hablar último ya han hablado muchas cosas de las que a uno le gustaría hablar, pero todos participamos de la cadena de alguna u otra manera –el sindicato, producciones, los canales–, y los canales del Interior somos casi los últimos eslabones de esta cadena. Al ser casi los últimos eslabones somos los que más preocupados estamos, justamente, por la invisibilidad que generaría esta nueva ley. Entonces, como yo lo nombro o lo charlo, hablando de supermercadismo, los canales del interior, primero, pretendemos estar en la góndola, que la gente nos pueda ver y tenga la opción de estar. Si a los canales del Interior les dan beneficios y nos dejan en el depósito no nos sirve de nada, porque todo lo que generemos o todo lo que hagamos nadie lo va a poder ver.

En cuanto a esto del famoso DTH, venimos bregando y haciendo hace tiempo, golpeando puertas, haciendo un montón, y obviamente no hemos podido conseguir muchas alternativas para que sean cubiertas nuestras áreas de cobertura por los DTH. Entonces, nos preocupa mucho más una ley, donde van a haber más actores de la DTH, que nos deje un poco afuera o más afuera.

Y, para terminar y para ser más simples, atrás de un canal de televisión local, los que sean locales, hay un montón de instituciones, la institución política, la institución social, la cultural, que las grandes corporaciones no tienen en cuenta porque no les es negocio, porque no les conviene, porque no les interesa; esa parte la cubrimos las televisoras locales gratuitamente, en el sentido de que solo vivimos de la publicidad. Entonces, si no hay un marco normativo donde podamos estar expuestos o ser vistos, nos van invisibilizando, y atrás nuestro todo lo que hay. Se nombró perfectamente.

Estamos obligados –lo cual discutimos– a la publicidad electoral para mostrar a los candidatos. Si cada vez nos ve menos gente, a los propios candidatos de cada provincia no los va a conocer nadie. Y se da una paradoja: en las clases medias bajas, donde no hay tendido de cables por algún motivo, o económico o que no llegan, están las parabólicas, y esa gente no tiene acceso a la comunicación local de lo que está pasando en su provincia. O sea, la gente más vulnerable es la más influenciada por señales corporativas de sus sedes, Miami o donde estén.

Entonces, la clara lucha de canales del Interior es que todo lo que trabajamos, todo lo que invertimos, todo lo que hacemos esté en la góndola. Después, será una relación comercial

de la góndola, si es gratis, gratuito, convengo con mi proveedor, etcétera. Pero si las últimas cadenas se van cortando, no tiene sentido la producción, no tiene sentido la distribución, porque las cadenas o los eslabones se van cortando. Entonces lo que pedimos, y lo que dice eso, es: déjennos estar en la góndola, las plataformas tienen que subirnos de alguna u otra manera, con alguna solución u otra técnica. Eso es por lo que venimos bregando.

Eso es lo que quería decir. Gracias.

Sr. Presidente (Luenzo).- Los escuchamos y vamos a tomar nota. Me parece que el tema del concepto de la responsabilidad social que tienen los canales del Interior y los canales abiertos es fundamental. Entendemos perfectamente bien cuál es el criterio y vamos a tratar de que en el marco de la discusión, del debate final, de cómo quede este proyecto de ley se puedan tener estas cuestiones en cuenta. Y yo adhiero plenamente a estos conceptos de cómo se construye identidad en un país, justamente a través de vernos.

Muchas gracias a ustedes. Muy gentiles.

Seguimos avanzando. Grupo América: alianza de medios de comunicación que genera y distribuye contenidos periodísticos y de entretenimiento para la Argentina y el mundo de habla hispana. Es propietario del canal de televisión abierta argentino América TV, uno de los cinco canales abiertos que emiten desde Buenos Aires, que posee licencia en la ciudad de La Plata, pero cuya señal es producida en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. También propietario de A24, Radio La Red y Supercanal.

Ángel Figueredo. Ángel: ¿cómo le va? ¿Cómo está usted?

Sr. Figueredo.- ¿Qué tal?

Sr. Presidente (Luenzo).- Lo escuchamos atentamente.

Sr. Figueredo.- Bueno, estamos un poco en la línea de nuestros predecesores, ATA, de los cuales somos asociados.

De todas maneras, queríamos puntualizar algunos temas –voy a tratar de no reiterar información–. También nuestra preocupación está en el artículo 11 famoso.

La problemática de América, como canal que da servicio en el Gran Buenos Aires y en la provincia de Buenos Aires, parte de un dato objetivo, y es que el 90 por ciento de los hogares de esta zona está servido por el cable, por no hablar de la televisión por suscripción. Es decir, cable y DTH. Y el 40 por ciento de lo visionado, es decir, de lo que la gente ve a través de los cables, es lo que producen los canales de aire. Es decir, los canales de aire son como una locomotora que, por una cuestión de recepción o por tener variedad, hace que la gente se suscriba a los cables o a la suscripción.

Esto nos está planteando a nosotros un conflicto. Es decir, en realidad el conflicto fue superado –digamos así– gracias a las normas que se citaron recién, el decreto 1394, la resolución 5160, que de algún modo establecieron que los canales por suscripción, de las emisoras por suscripción, tienen la obligación de subir las señales de aire, pero también los propietarios de las señales de aire tienen el derecho de exigir una contraprestación a cambio. Y ahí es donde se produce –digamos así– esta discriminación, de alguna forma, porque no hay una “disrupción” entre lo que es el área de cobertura y lo que funciona como una señal más dentro de las grillas de los canales por suscripción.

Es decir, nosotros tenemos el gran conglomerado poblacional de la ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires que pretende, muchas veces, ser disminuido, desvalorizado respecto de otras señales, por ejemplo, las señales extranjeras, que cobran su emisión por abonado. Es decir, por tantos abonados cobran equis dólares. Esa diferencia de trato es un claro trato de discriminación respecto de las señales de aire, cuando son las señales de aire las que dan cabida justamente a la producción local, a la producción independiente, ya sea propia o independiente; es la que genera, incluso, el visionado, es decir la que genera –digamos así– la atracción de la gente por la televisión.

En este sentido, nosotros pensamos que hay que cambiar un poco el paradigma, el

paradigma del *must carry*, famoso, en el sentido de que la señal de los canales de aire debe ser considerada como cualquier otra señal que emiten las empresas por suscripción, la televisión por suscripción. Es un contenido, y un contenido muy variado, y un contenido fundamentalmente nacional, con todas las implicancias que ya se han señalado acá de lo que significa la elaboración de productos nacionales, ya sea de forma independiente o propia.

Y ese paradigma, entonces, hay que cambiarlo. Es decir, los proveedores de servicios TIC... Y los vamos a englobar a todos, porque antes los servicios de TIC eran solo el cable y ahora es la televisión por suscripción, y pronto serán los servicios *on the top*. Entonces, cada vez esta práctica, esta dinámica, va generando que las señales de aire deban hacer esfuerzos para mantener cada vez más atractiva su grilla, su programación, deba hacer más costos, pero no reciba la correspondiente contraprestación.

Esta idea de que la contraprestación es la base para habilitar la emisión de las señales de aire no es una cosa que se dé solamente en este momento en la Argentina por cuestiones comerciales. En la legislación comparada se establece justamente que cuando la televisión por suscripción requiere de esos programas o quiere incorporarlos, debe pagar por ellos. Es decir, obliga a una contraprestación.

Obviamente, si yo puedo exigir una contraprestación, también puedo no exigirla. Es decir, todo eso dependerá, pero el principio es la contraprestación, fundamentalmente en los canales comerciales, porque a veces en los canales públicos sí se favorece que sea entregada la señal en forma gratuita.

¿Y esto por qué? Porque también hay que ver la característica de esas emisoras públicas. Es decir, no son emisoras públicas como nuestro Canal 7, que es una emisora estatal pero sin embargo tiene todas las características de una emisora comercial. Obviamente, el Estado otros recursos y podrá, llegado el caso, hacer una liberalidad. Hoy, por ejemplo, Canal 7 tiene el monopolio de los partidos de la selección. Quizás, tiene una oportunidad de recuperar sus inversiones en eso.

Pero el tema es justamente cambiar ese paradigma –como les decía– del *must carry*. O sea, el *must carry* no significa un *must offer* en este caso. Es decir, la televisión por suscripción está obligada a pasar la televisión, pero está obligada también a pagarla. Ese sería el punto básico.

Y después, sí estamos de acuerdo en ese primer párrafo del artículo 11 y no tanto en este segundo: “de la reglamentación del presente artículo establecerán normas que favorecerán...”, porque de por sí es bastante ambiguo. Es ambiguo y, además –como lo señalaron–, no favorece a la televisión abierta en su comercialización.

He sido un poco cortado en esto...

Sr. Presidente (Luenzo).- Pero termine la idea, Ángel, porque se trata de ordenarnos. Además, nos está faltando aún una de las instituciones que quiere decir lo suyo. Si hay algo más para aportar, lo escuchamos con atención y obviamente le voy a pedir que nos deje testimonio de este escrito, porque también es una guía de trabajo para nosotros.

Sr. Figueredo.- Le vamos a presentar un escrito más orgánico.

Sr. Presidente (Luenzo).- No hay problema.

Le pediría si esto puede quedar plasmado en un trabajo que nos presenten, porque a nosotros nos va a permitir trabajar desde la Comisión.

Sr. Figueredo.- Está bien.

Lo único que quería remarcar es la Resolución 5160, que estableció como principio la onerosidad. El paradigma es la onerosidad y si no, si te la doy gratis vos me las tenés publicar; ahora si no te la doy gratis, no la podés subir. La idea es: “Vos la tenés que subir, pero tenés que pagar”. Es decir, una doble obligación. Porque si no, no hay posibilidad de los canales de poder generar esa producción nacional y de llegar a toda la gente.

Sr. Presidente (Luenzo).- Esa sería la observación central que está muy vinculada a ver

como terminamos de definir esto.

Sr. Figueredo.- Lo único que le podría aportar en forma inmediata es que en otros países, en los Estados Unidos, en México, no hay una regulación lineal del *must carry*. Es decir, se va contemplando diversas situaciones. Entonces, en esos casos es más flexible la regulación. No es una cosa que se fija una línea y es para todos. Para algunos, un caso; para otros, otra situación.

Sr. Presidente (Luenzo).- Quedaría más en el criterio de la autoridad de aplicación y en ese marco de la resolución cada uno de los temas. Si bien la ley puede contener un aspecto para que esto quede asegurado...

Sr. Figueredo.- Las leyes generalmente lo que hacen es generar las pautas y la autoridad de aplicación lo que hace es aplicarla... Quizás, después una tarea un poco más detenida pueda aclararles el problema un poco mejor, por lo menos, desde mi proposición.

Sr. Presidente (Luenzo).- De hecho, la comisión de asesores trabaja permanentemente y lo hace con cada uno de ustedes y obviamente está invitado para seguir aportando ideas y el testimonio por escrito que también nos sirve a nosotros. Muy amable, Ángel.

Sr. Figueredo.- Les agradezco a ustedes la oportunidad

Sr. Presidente (Luenzo).- Senadora: ¿la puedo dejar a usted al mando de la Comisión? Porque nos están faltando invitaciones y tengo un compromiso. Les pido mil disculpas.

Sra. Presidenta (Varela).- Muchas gracias.

El próximo y último expositor viene de la Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones CATEL, cámara integrada por cooperativas de servicios públicos y telecomunicaciones de la Argentina. Es una entidad sin fines de lucro y cuenta con treinta y dos entidades asociadas distribuidas a lo largo de todo el país en las provincias de Buenos Aires, Córdoba, La Pampa, Misiones, Santa Cruz y Santa Fe. El presidente es Ariel Fernández Alvarado y es quien va a exponer.

Sr. Fernández Alvarado.- Es muy importante que el Senado pueda contar con la opinión de actores como las cooperativas más que nada en la Argentina. Como decían recién, CATEL agrupa cooperativas de todo el país, desde El Calafate hasta Oberá, Misiones. Hay más de mil cooperativas de servicios públicos en todo el territorio y hay provincias que han resuelto incluso el servicio eléctrico, el de agua o el de las telecomunicaciones a través de las cooperativas.

En ese sentido, desde CATEL trabajamos específicamente en lo que tiene que ver con lo tecnológico, con lo TIC. Venimos trabajando desde hace diez años –este es mi tercer período como presidente de la cámara– en tratar de adaptar los nuevos modelos tecnológicos –tanto de negocios como técnicos– para que sea posible ser brindados por cooperativas, pensando que los modelos de negocios con los que hoy estamos trabajando, como es el servicio móvil o IPTV –que lo han nombrado–, están pensados para economías de escalas que quizás superan cuando pensamos en una cooperativa como una entidad individual. Y en eso desde la Cámara trabajamos en generar escalas entre todas las cooperativas para poder participar de servicios que de otra forma sería imposible.

Con respecto al servicio de IPTV, las cooperativas de la Argentina hemos sido las primeras en ofrecer IPTV en el país. Una tecnología nueva que ni siquiera los grandes operadores habían podido hasta ese momento ofrecer o incursionar.

Hoy somos la primera entidad en el país en tener la licencia para operar móvil virtual y un acuerdo con un operador móvil de red. O sea, nuevamente las cooperativas, de la mano de CATEL y trabajando previamente en modelos tecnológicos y de negocios, logramos romper con una inercia que decía que las cooperativas tienen que ir siempre por detrás, copiando o comiendo las migajas del proceso llevado adelante por las grandes empresas.

En ese sentido, con una visión en la que pensamos en poder participar de todos los servicios posibles es que hacemos una interpretación creativa y constructiva del proyecto de

ley, en la que planteamos saber desde este punto de partida cómo podemos sacarle provecho al tema que estamos conservando las cooperativas.

Voy a leer un breve resumen, porque hay algunas palabras que es muy importante decir las con exactitud.

Entendemos que la falta de políticas públicas y una regulación activa que promueva una mayor competencia han desincentivado la inversión de infraestructura dando como resultado un mercado de comunicaciones con alta concentración y un atraso tecnológico que aún no se resuelve. Y que a fin de cuentas genera la peor combinación posible para muchos de los usuarios de los servicios de telecomunicaciones e internet en la Argentina: tarifas caras, servicios deficientes y falta de cobertura.

En este escenario, el que entendemos que ha puesto al Ministerio de Modernización de la Nación a poner en marcha un plan tendiente a sumar dos millones de nuevas conexiones de banda ancha y mejorar la velocidad promedio a nivel nacional para llegar a 20 megas en 2020, siempre pensando en la Argentina como un todo y no en la Argentina solo como las grandes concentraciones urbanas.

Celebramos el espíritu que promueve el proyecto de ley por entender que busca mejorar el acceso de los argentinos en los servicios de conectividad frente al desafío que el Estado nacional tiene por delante en relación a lograr una regulación moderna, justa, inteligente y que favorezca la competencia, promueva las inversiones y el desarrollo de cooperativas y pymes, y no una industria que tiende naturaleza a la concentración.

Moviliza esta exposición el entendimiento y la expectativa y la confianza puesta en el compromiso expresado por los diferentes actores del Poder Ejecutivo, tanto en forma pública como privada, en relación a la firme convicción de protección y fomento de la participación de pequeños y medianos operadores, y la promoción ante posibles abusos de posición dominante.

Esta expectativa toma especial relevancia en un contexto en el que la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia no se ha expresado aún respecto de las implicancias de la fusión de Cablevisión y Telecom habida cuenta de que existen muchas ciudades del interior del país en el que una o ambas compañías son la única opción para el usuario; en donde el Estado deberá tener un rol activo para garantizar un mercado competitivo que aleje la tentación y la posibilidad real de que cualquier operador pueda ejercer un abuso de su posición dominante, tal como ya ha sucedido en la historia reciente de las telecomunicaciones y de los medios en la Argentina.

Es decir, nos preocupa también la fusión en este sentido de regular asimétricamente Telecom y Personal. Nos preocupa más incluso que la participación de Movistar en el servicio satelital. Ya que entendemos que en esa fusión está el futuro de los servicios que van a necesitar todos los argentinos.

El proceso del debate y de la elaboración de una ley de convergencia que ha iniciado el gobierno nacional a partir de la derogación parcial de la ley de medios y de la Argentina Digital ha abierto una instancia de diálogo en la que los actores dominantes intentan imponer su visión e intereses por sobre los del resto.

En este escenario de intereses contrapuestos entre grandes corporaciones, es el Estado el que tiene por delante la responsabilidad de ser la voz de los que no la tienen y, a la luz de la asimetrías que arrastra el mercado local, asegurar las condiciones de competencia que les permita a las cooperativas y a las pequeñas y medianas empresas, continuar invirtiendo para ser una alternativa real para que el usuario reciba más y mejores servicios.

Es por esta razón que CATEL se ha expresado sobre este proyecto de ley, también se espera que su reglamentación respete el espíritu de fomento de la competencia que expresa atrás del mecanismo que tengan en cuenta las asimetrías del mercado y favorezca el desarrollo de cooperativas y pymes en la Argentina.

Por ello, es importante que la legislación y el marco regulatorio adopten medidas procompetitivas como, por ejemplo, lo que habla la ley que se refiere a la obligatoriedad de ofertas mayoristas, no solo móviles... Si queremos tener nuevos operadores móviles, pymes o cooperativos o de otra índole, tenemos que asegurar el acceso a la interconexión y a los servicios de *roaming* nacional.

Consideramos fundamental la eliminación de las barreras artificiales a la prestación de servicios, pero entendemos que es de fundamental importancia establecer obligaciones específicas para los prestadores que cuentan con una posición dominante, así como plazos de transición que permitan el fortalecimiento de los prestadores pymes y cooperativos, y el acceso a la oferta mayorista necesaria para poder ofrecer en igualdad de condiciones todos los servicios fijos y móviles que la tecnología permite.

De alguna manera, entendemos que para que las cooperativas y pymes puedan... Tenga en cuenta, senadora... ¿Marta es su nombre, no? Marta, que las cooperativas en el caso de CATEL ha firmado un acuerdo con una OMR y tenido el registro para dar servicios móviles hace poquitos meses. Entonces, nosotros queremos competir, no le tenemos miedo a la competencia, pero hoy estamos en desventaja. Necesitamos el tiempo suficiente para poder competir con otros actores, que ya están dando el servicio hace muchísimos años, estando más preparados o consolidados. Es por eso que pedimos que se extienda el resguardo que estaba propuesto hasta el primero de enero de 2019 hasta el año 2024, Por cinco años más. Entramos en una negociación, pedimos cinco.

Para finalizar, no me quiero extender, en cuanto a las frecuencias, celebramos que siendo la frecuencia un recurso finito se pongan a disposición, pero entendemos que esa disposición como lo venimos reclamando incluso con otras cámaras, tiene que tomar en cuenta a actores como cooperativas y pymes, y para eso es necesario que se regionalice la frecuencia, para que se pueda compartir.

Hay casos como el de Estados Unidos, en donde en todo el interior del territorio está regionalizada la frecuencia y esto ha permitido que cooperativas y pymes ofrezcan el servicio de operador móvil. Y, también, casos como el de México en donde se está desarrollando por impulso del Estado una red mayorista, es una red mayorista porque no le puede ofrecer el servicio de manera directa el servicio final. Hoy los operadores móviles virtuales le arrendamos la última milla al operador móvil de red que compite con nosotros. En el caso de que existiera una red mayorista, que podría ser de la mano, por ejemplo, de ARSAT, con la frecuencia que tiene, esa red mayorista que sería de inversión privada, solamente el Estado pondría la frecuencia –al menos así es el caso mexicano–, permitiría que, por ejemplo, cooperativas y pymes contrataran a un mayorista, pero que no le vendiera el servicio al cliente final.

En ese contexto, creemos –y esto sí es lo último– que en un país como la Argentina, donde el 70 por ciento de la población está concentrada en un 30 por ciento del territorio y el 30 por ciento de la población restante en el 70 por ciento del territorio, las cooperativas y las pymes resuelven el problema. Teniendo en cuenta el mercado, que converge tecnológicamente y que concentra económicamente, si tanto el Estado, el gobierno nacional, el Ejecutivo como los senadores pretenden llegar a todos los rincones del país con acceso a internet, entendemos que en los próximos años lo que va a ocurrir es que los grandes operadores van a estar concentrados en disputar lo que sería la crema del negocio en las grandes ciudades. Por eso entendemos que las cooperativas y las pymes somos los socios del Estado para llegar con el servicio a esos lugares donde de otra manera no va a llegar. Muchas gracias.

Sra. Presidenta (Varela).- Muchas gracias a ustedes.

No sé si alguna señora senadora quiere hacer alguna pregunta.

- *No se realizan manifestaciones.*

Sra. Presidenta (Varela).- Le pido, como ha pedido el presidente de la comisión, que nos deje su material de exposición.

Hoy cerramos la tercera reunión de la plenaria que trata este tema. De acuerdo con lo que dijo el senador Luenzo, va a haber una reunión más y va a haber otros expositores para así poder a analizar el tema y empezaremos el debate que tenemos que dar evidentemente. Muchísimas gracias a todos.

- *Son las 16 y 16.*