

21 Puntos por el Derecho a la Comunicación

Aportes para el debate sobre una regulación democrática de servicios de comunicación: ampliación conceptual y legislación comparada

Wanda Fraiman (compilación)

Luis Lázzaro - Diego Rossi

AGOSTO 2017

- La Coalición por una Comunicación Democrática de Argentina aprobó en marzo de 2016, una nueva plataforma de 21 Puntos por el Derecho a la Comunicación que actualiza en formas propositiva la agenda de políticas públicas, ante las intervenciones realizadas por vía de decretos y resoluciones a partir de diciembre de 2015. Como organización multisectorial, renueva de esta manera su compromiso de generar debate e incidencia, como sucedió con los permanentes aportes previos a la presentación, al debate y al seguimiento de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- El aporte integral de los nuevos 21 Puntos se basa en principios para una regulación democrática de los servicios de comunicación, considerando el derecho humano a la comunicación como un bien a ser preservado en todas las plataformas y dispositivos tecnológicos.
- Los Aportes del presente trabajo suman mayor perspectiva a cada uno de los puntos, tanto desde el campo académico como a través de una selección de antecedentes de legislación comparada contemporánea, articulados con los Tratados y Convenciones suscritos, en el marco de una necesaria búsqueda de progresividad normativa y de resultados para garantizar efectivamente estos derechos.



Autores

Wanda Fraiman, Luis Lázzaro y Diego Rossi son docentes e investigadores universitarios, integrantes del Observatorio de Políticas de Comunicación y Actualización Normativa, de la Coalición por una Comunicación Democrática, Argentina.

Responsable

Fundación Friedrich Ebert
Marcelo T. de Alvear 883 | Piso 4° C1058AAK
Buenos Aires - Argentina

Equipo editorial
Christian Sassone | Ildefonso Pereyra
christian.sassone@fes.org.ar

Tel. Fax: +54 11 4312-4296

www.fes.org.ar

ISBN:

Friedrich Ebert Stiftung

La Fundación Friedrich Ebert es una institución alemana sin fines de lucro creada en 1925. Debe su nombre a Friedrich Ebert, el primer presidente elegido democráticamente, y está comprometida con el ideario de la democracia social. Realiza actividades en Alemania y en el exterior a través de programas de formación política y cooperación internacional. La FES tiene 18 oficinas en América Latina y organiza actividades en Cuba, Haití y Paraguay, que cuentan con la asistencia de las representaciones en los países vecinos.

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de la FES. Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente los puntos de vista de la Friedrich-Ebert-Stiftung.

ISBN 978-987-46367-8-2





Índice

■ 21 Puntos por el derecho a la comunicación _____	5
■ Punto 1. La Comunicación es un derecho humano que incluye todos los soportes y plataformas _____	6
■ Punto 2. Limitación de la concentración para promover la diversidad y el pluralismo _____	10
■ Punto 3. Rol activo y presente del Estado _____	14
■ Punto 4. Reserva y sostenibilidad de la comunicación social _____	19
■ Punto 5. Servicio e interés público _____	25
■ Punto 6. Acceso universal y no discriminación _____	27
■ Punto 7. Autoridad de aplicación con participación federal y social Gobernanza de las comunicaciones e Internet _____	30
■ Punto 8. Distribución justa de la publicidad privada y pública _____	36
■ Punto 9. Propiedad diversificada _____	40
■ Punto 10. Licencias locales y nacionales _____	41
■ Punto 11. Contenido nacional, propio, local e independiente _____	49
■ Punto 12. Enfoque plural e inclusivo en la gestión de medios y producción de contenidos _____	52
■ Punto 13. Privacidad de los datos _____	53
■ Punto 14. Neutralidad e interconexión transparente _____	54
■ Punto 15. El acceso a internet es un derecho humano _____	58
■ Punto 16. Acceso a la información pública _____	59
■ Punto 17. Soberanía en las comunicaciones _____	62
■ Punto 18. Derecho de acceso a contenidos de interés relevante _____	63
■ Punto 18. Derechos del público y los usuarios. Rectificación _____	64



■ Punto 20. Producción y Trabajo Digno _____	68
■ Punto 21. Regularización con plenos derechos _____	71



21 puntos por el derecho a la comunicación

Coalición por una comunicación democrática

La Coalición por una Comunicación Democrática estableció en 2004 los principios para una ley de radiodifusión que reemplazara las normas de la dictadura militar. Esa propuesta fue impulsada por un conjunto de organizaciones populares, de derechos humanos, medios comunitarios, cooperativos y PyMEs, sindicatos y trabajadores de la comunicación, universidades y medios universitarios, pueblos originarios y colectivos de género que redactaron la plataforma de 21 Puntos que fueron la base del debate que dio lugar a la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 en 2009.

Esa ley y el proceso de consulta pública participativa fueron destacados como un ejemplo de regulación inclusiva y democrática en el mundo y valorados por todos los organismos internacionales competentes en la materia. Luego de su aprobación, la Ley fue impugnada en sede judicial por grupos corporativos de medios y, tras una audiencia histórica en 2013, la Corte Suprema de Justicia ratificó su plena constitucionalidad y alineamiento con los estándares internacionales en el ejercicio de la libertad de expresión.

La norma mencionada, conjuntamente con la Ley 27.078 de Argentina Digital, fueron grave-

mente distorsionadas por decretos y resoluciones dictados discrecionalmente por el Poder Ejecutivo a partir de 2015. Tales actos, realizados mediante la invocación de razones de “necesidad y urgencia” significaron en los hechos un apartamiento de la legalidad constitucional, violentando los principios de autarquía e independencia de la autoridad regulatoria, progresividad de las normas y fomento de la multiplicidad de voces que debe caracterizar a la democracia.

El trabajo que ponemos ahora a consideración de la sociedad civil y los legisladores nace de un Congreso Nacional de la Coalición por una Comunicación Democrática, que aprobó, el 3 de marzo de 2016, una **nueva plataforma de 21 Puntos por el Derecho a la Comunicación**, que sienta las bases para un abordaje integral de los principios para una regulación democrática de los servicios de comunicación convergentes y de la consideración del derecho humano a la comunicación como un bien a ser preservado en todas las plataformas y dispositivos tecnológicos.

Cada uno de los puntos que se presentan a continuación contiene los lineamientos de distintas perspectivas en torno al derecho a la comunicación según su proveniencia, tanto del campo académico como del jurídico-normativo en el plano nacional e internacional, teniendo especialmente en cuenta los Tratados y Convenciones que garantizan el libre acceso a la información y la cultura como derecho de los ciudadanos.



PUNTO 1

La Comunicación es un derecho humano que incluye todos los soportes y plataformas.

La comunicación es un derecho humano universal y no una mercancía. Comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea en forma oral, escrita, impresa o artística o por cualquier otro procedimiento. Esta definición comprende a todas las formas de comunicación de las personas, incluyendo todos los medios y soportes, cualquiera sea la tecnología utilizada para la difusión y recepción de contenidos. Las reglamentaciones y decisiones a nivel nacional, provincial y municipal deben cumplir y respetar los tratados y convenios internacionales en la materia.

Comentarios

La libertad de expresión es un elemento fundamental de la **Declaración Universal de los Derechos Humanos**, y se considera como el cimiento de las libertades democráticas, como el derecho a intervenir en la vida política, social y cultural de las naciones. El acceso a los medios de comunicación social es crucial para el ejercicio de la libertad de expresión, porque proporciona la plataforma pública mediante la cual se ejerce efectivamente este derecho. La disponibilidad de los medios de comunicación social como requisito para el debate democrático abarca una diversidad de enfoques.

Para su comprensión resulta necesario dar cuenta del origen y la implicancia de los derechos humanos en su vinculación con la comunicación.

A mediados del siglo XX, luego de las masacres cometidas durante la Segunda Guerra Mundial, se hizo imprescindible establecer acuerdos entre los

Estados para garantizar los derechos fundamentales de todas las personas, sin discriminación entre ellas por ningún motivo (político, étnico, religioso, etc.). Esto se vio plasmado en la sanción de la **Declaración Universal de los Derechos Humanos** y en la **Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre**, ambas de 1948. Estas proclamas establecieron la fundación de dos entes supranacionales como la **Organización de las Naciones Unidas (ONU)** y la **Organización de Estados Americanos (OEA)**, respectivamente.

A partir de estos hechos históricos surgió lo que se denomina **Derecho Internacional de los Derechos Humanos** y que significó “una redefinición de la soberanía estatal” (Rey, 2015). Los Estados, si bien continuaron teniendo el derecho de tomar sus propias decisiones al interior de sus fronteras, asumieron un compromiso internacional de respeto por los derechos de las personas, a partir de una interpretación jurídica como la que se desprende de las declaraciones mencionadas y de las convenciones que luego se firmaron como el **Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos –ONU, 1966-** y el **Pacto de San José de Costa Rica -OEA- 1969**, entre otros.

Desde este enfoque, las personas son sujetos de derecho, y, lejos de perspectivas asistencialistas, tienen la potestad de reclamarle a los Estados “determinadas prestaciones y conductas”, a través de los mecanismos de exigibilidad establecidos por los diversos tratados que cada nación suscribe (Abramovich, 2004).

En este sentido, los Estados se encuentran obligados a implementar las políticas pertinentes para lograr “una plena realización de los derechos civiles, políticos y también económicos, sociales y culturales” (*Ibid.*).

En lo que refiere específicamente a la comunicación, esta se presenta como un derecho humano, a raíz de su consideración como una necesidad bá-



sica de toda persona para desenvolverse socialmente. Tanto en su faz individual como en términos colectivos, los sujetos requieren acceder a la información y expresarse libremente.

Esta idea supone, para la Corte Interamericana de Derechos Humanos (1985), que la circulación informativa es la **“piedra angular en la existencia misma de una sociedad democrática”**. Es decir, que si la opinión pública no está **“suficientemente informada”**, no hay posibilidad de desarrollo pleno de las personas y de las organizaciones que la integran.

La concepción de la comunicación¹ como un derecho es el producto de un devenir de hechos y desarrollos teóricos que se han enriquecido a lo largo del tiempo.

Soria (1987) distingue cuatro etapas históricas que permiten reponer el despliegue del concepto de libertad de prensa hacia la noción de derecho a la información: desde de la idea de una facultad que no se le debe negar a los individuos hasta a una concepción que supone obligaciones positivas para los Estados.

En su devenir, la libertad de prensa fue asimilada primero a la discrecionalidad de las monarquías. Y luego, a la posibilidad empresarial de constituir empresas periodísticas asimilando la información con una mercancía. El público, por lo tanto, se convirtió en un mero “consumidor” (*Ibid.*). Pero esta perspectiva fue cambiando en el tiempo, dando lugar sucesivamente a una dimensión profesionalista, centrada en el rol del periodista. Para culminar finalmente en la dimensión universalista, que considera que **la información pertenece al público**. En este sentido, la **Declaración de Derechos Humanos** del 10 de diciembre de 1948, describe por primera vez, en su **artículo 19**, lo que luego se denominará como derecho a la información y se refiere “a todo hombre, a toda persona física, sin excepción, y, por extensión, a toda persona jurí-

ca”. **Toda persona, a través de cualquier medio, es titular del derecho a la información.**

Sin embargo, la elaboración de un diagnóstico realizado por una comisión de investigadores de diversos países, denominado **“Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo”**, presentado en 1980 en el marco de la **Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura** (UNESCO), dio cuenta de los fuertes desequilibrios “en la abundancia de las noticias y la información” en relación con los países en vías de desarrollo, y la afectación que esto tenía respecto del derecho “a la identidad cultural” (MacBride y otros, 1987).

El informe, que también desarrolla la afectación de la concentración del capital y de otros factores en la circulación informativa, puso en la agenda internacional la pregunta por el rol del Estado en torno a la comunicación y planteó una noción más abarcativa del derecho a la información, en cuanto a los diversos públicos, a **su derecho de acceso a los contenidos mediáticos y a su capacidad de producirlos**, entre otras cuestiones.

En 2005, la **Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales** de la UNESCO estableció en su artículo 2 que: “Sólo se podrá proteger y promover la diversidad cultural si se garantizan los derechos humanos y las libertades fundamentales como la libertad de expresión, información y comunicación, así como la posibilidad de que las personas escojan sus expresiones culturales”. Ta-

¹ Para una mayor profundización acerca de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación en términos conceptuales y en cuanto a su regulación, ver Fiss (2011), Loreti y Lozano (2014) y Porto (2016), entre otros.



los principios se refieren en el presente a **todas las plataformas** mediante las cuales se desarrolla la comunicación como actividad humana, especialmente en internet.

Las Constituciones renovadas de países de América Latina como Brasil, Colombia, Venezuela, Bolivia y Ecuador incorporan explícitamente los principios precitados. La **Constitución de los**

Estados Unidos de México, específicamente, expresa en su artículo 6: “El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de **banda ancha e internet**. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios”.

Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. (Argentina – 2009)	
Artículo 2° - Carácter y alcances de la definición.	
La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones.	
Ley 27.078 Argentina Digital (Argentina - 2014)	
Artículo 2° — Finalidad.	
Las disposiciones de la presente ley tienen como finalidad garantizar el derecho humano a las comunicaciones y a las telecomunicaciones, reconocer a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como un factor preponderante en la independencia tecnológica y productiva de nuestra Nación.	

Perú 2004	<p>Ley de Radio y Televisión 28.278. Perú - 2004</p> <p>Artículo II.- Principios para la prestación de los servicios de radiodifusión. La prestación de los servicios de radiodifusión se rige por los siguientes principios:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad. b) La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión. c) El respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural. d) La defensa del orden jurídico democrático, de los derechos humanos fundamentales y de las libertades consagradas en los tratados internacionales y en la Constitución Política.
Uruguay 2007	<p>Ley de Radiodifusión Comunitaria 18.232. Uruguay - 2007</p> <p>Artículo 1°. (Derecho a la libertad de expresión, comunicación e información y a fundar un medio de comunicación por radiodifusión).- La radiodifusión es un soporte técnico para el ejercicio, preexistente a cualquier intervención estatal, del derecho humano a la libertad de expresión y a la libertad de información. Por ello no existirá otra limitación a la utilización del espectro radioeléctrico que la resultante de establecer las garantías para el ejercicio de los derechos de todos los habitantes de la República, lo que define los límites y el carácter de la intervención estatal en su potestad de administrar la asignación de frecuencias.</p>



<p>México</p> <p>2014-2017</p>	<p>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. (México 2014-2017)</p> <p>Artículo 1. La presente Ley es de orden público y tiene por objeto regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes públicas de telecomunicaciones, el acceso a la infraestructura activa y pasiva, los recursos orbitales, la comunicación vía satélite, la prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y la convergencia entre éstos, los derechos de los usuarios y las audiencias, y el proceso de competencia y libre concurrencia en estos sectores, para que contribuyan a los fines y al ejercicio de los derechos establecidos en los artículos 6º, 7º, 27 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p> <p>Artículo 2. Las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general.</p> <p>En la prestación de dichos servicios estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.</p> <p>El Estado, al ejercer la rectoría en la materia, protegerá la seguridad y la soberanía de la Nación y garantizará la eficiente prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y para tales efectos establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.</p> <p>En todo momento el Estado mantendrá el dominio originario, inalienable e imprescriptible sobre el espectro radioeléctrico.</p> <p>Se podrá permitir el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico y de los recursos orbitales, conforme a las modalidades y requisitos establecidos en la presente Ley y demás disposiciones aplicables.</p>
--	---

<p>Uruguay</p> <p>2014</p>	<p>Ley 19.307 Ley de Medios. Regulación de la Prestación de Servicios de Radio, Televisión y otros Servicios de Comunicación Audiovisual (Uruguay - 2014)</p> <p>Artículo 2: (Interpretación de la ley).- Constituyen principios rectores para la interpretación y aplicación de la presente ley las disposiciones consagradas en la Declaración Universal de Derechos Humanos, en la Convención Americana sobre Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Asimismo, se tomarán en cuenta muy especialmente los criterios recogidos en las sentencias y opiniones consultivas de la Corte Interamericana de Derechos Humanos y en las resoluciones e informes de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, siempre que ello no implique disminuir los estándares de protección establecidos en la Constitución de la República, en la legislación nacional o reconocidos por la jurisprudencia nacional.</p> <p>Artículo 5: (Naturaleza de los servicios de comunicación audiovisual).- Los servicios de comunicación audiovisual son industrias culturales, portadores de informaciones, opiniones, ideas, identidades, valores y significados y, por consiguiente, no deben considerarse únicamente por su valor comercial. Los servicios de comunicación audiovisual son soportes técnicos para el ejercicio del de-</p>
--	---



Uruguay 2014	recho humano a la libertad de expresión y a la libertad de información, preexistentes a cualquier intervención estatal. Les son aplicables la Constitución de la República, los instrumentos internacionales referidos tanto a la protección y promoción de la libertad de expresión y de la diversidad de expresiones culturales tales como la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la Unesco, así como los emanados de los organismos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, entre otros.
-----------------------------------	---

PUNTO 2

Limitación de la concentración para promover la diversidad y el pluralismo.

Los monopolios y oligopolios, así como el abuso de posiciones dominantes o la concentración indebida, conspiran contra la democracia al restringir la circulación de ideas, informaciones u opiniones. La regulación debe promover la pluralidad y diversidad para asegurar el pleno ejercicio de la libertad de expresión. No alcanza con reglas de defensa de la competencia: la comunicación es un bien social -no privativa de empresas, medios o periodistas- y debe garantizarse una distribución adecuada de facilidades, recursos e infraestructura esenciales (frecuencias radioeléctricas, papel y otros insumos básicos, mecanismos de distribución de las publicaciones impresas y contenidos, acceso a redes).

Comentarios:

Los principios sobre libertad de expresión de la **Comisión Interamericana de Derechos Humanos** (2000) incluyen expresamente el control de las posiciones monopólicas en los medios de comunicación. Según el Principio 12:

“Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al

restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos.”

En términos económicos, la concentración² se presenta de tres modos: uno horizontal, cuando una empresa se expande en la misma rama y otro integral o vertical, que sucede por la fusión con otra firma o bien por medio de la compra de otra empresa que se halle en la misma cadena de valor. Mientras que el crecimiento diagonal o conglomeral se da cuando las empresas incursionan en otras ramas de la producción.

En lo que se refiere al ejercicio del derecho a la comunicación y a su vinculación con la **concentración del capital de los medios**, la consecuencia más inmediata que puede observarse es la pérdida de la diversidad de contenidos y la exclusión de ciertos sectores y/o actores habitualmente excluidos de la escena pública. Esta apreciación se puede vislumbrar en el funcionamiento coti-

² Por un detalle acabado de las características que posee la concentración mediática, las formas que adquiere en la región y sus consecuencias en torno a la libertad de expresión, ver Mastrini y Becerra (2007), Mastrini M., Bizberge A. y De Charras D. (2013), Becerra (2015).



diano de los medios masivos, en donde ciertas cuestiones se encuentran ausentes de sus agendas, mientras que otras están sobredimensionadas³.

El escenario planteado vuelve a colocar en el centro la pregunta por el **rol del Estado** en relación con los desequilibrios en la comunicación. Es paradigmática la regulación sobre propiedad cruzada y límites a la concentración de mercado de la regulación norteamericana. En particular sobre la propiedad simultánea de periódicos y medios electrónicos en la misma ciudad y las restricciones a la cantidad de estaciones de TV en manos de un mismo propietario.

Al respecto, en 2011, la **Corte de Apelaciones de Estados Unidos del Distrito de Columbia** estableció, en el caso Prometheus II, que la limitación a la propiedad de los medios es una vía constitucional y razonable para promover diversidad de puntos de vista y medios de comunicación diversificados.

Asimismo la legislación europea impide en varios de los países de la Unión Europea (UE) que los periódicos con una circulación superior al 20% sean propietarios de estaciones de radio o TV.

La regulación estatal también puede orientarse al establecimiento de ciertas obligaciones para los licenciarios. En el caso de la televisión, la legislación mexicana comprende, entre otras cuestiones, la obligación de la televisión abierta de brindarle a los concesionarios de cable sus señales (*must offer*), y, a su vez, el deber de estos últimos permisionarios de retransmitir las señales abiertas (*must carry*). Este último principio también se aplica en los Estados Unidos mediante las disposiciones del Acta de Telecomunicaciones, cuya reforma fue aprobada en 2006.

Existen además estándares en el marco del **Sistema Interamericano** para la regulación de la concentración mediática y para fomentar la plu-

ralidad y la diversidad. En este sentido la **Comisión Interamericana de Derechos Humanos** sostiene que los Estados “tienen la obligación de garantizar la existencia de medios de comunicación libres independientes y plurales”, y que “los monopolios u oligopolios en la propiedad o control de los medios de comunicación **conspiran contra la democracia** al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho de la libertad de información” (CIDH, 2014).

La **Comisión** también postula que toda omisión por parte del Estado que pueda resultar en “la existencia de monopolios u oligopolios” o bien que impida “el libre flujo de las ideas” deriva en la constitución de un tipo de “restricción indirecta”. Este organismo realiza, además, un aporte que es primordial para el debate actual en la región en materia de regulación de la comunicación y es que no sólo es suficiente garantizar la libre circulación de opiniones e informaciones en los medios comerciales, sino que es necesaria la existencia misma de “**medios de comunicación de distinto tipo de propiedad y naturaleza**” (*Ibid*). Por este motivo resulta de vital importancia generar las condiciones necesarias para la subsistencia de aquellos proyectos de comunicación comunitaria, alternativa y popular, de modo de darle voz a grupos y/o personas cuyas opiniones e informaciones, de otro modo, no tendrían lugar en la escena pública.

Al respecto, la ley uruguaya determina en su artículo 51 que:

“Los monopolios u oligopolios en la titularidad y control de los servicios de comunicación audiovisual conspiran contra la democracia al

³Un claro ejemplo de esto resultan ser las noticias relacionadas con las poblaciones migrantes, entre otras, en donde se las suele mencionar exclusivamente en las secciones policiales, desde un enfoque estigmatizador que las constituye en objetos de las noticias y no en los sujetos de la información. Para profundizar en la temática, consultar Halpern (2007, 2012).



restringir el pluralismo y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de las personas. Es deber del Estado instrumentar medidas adecuadas para impedir o limitar la existencia y formación de monopolios y oligopolios en los servicios de comunicación audiovisual, así como establecer mecanismos para su control”.

Por otra parte, en lo que respecta a los servicios de internet, la **Ley 27.078 Argentina Digital** expresa en el artículo 46: “aquellos licenciatarios de Servicios de TIC con poder significativo de mercado deberán cumplir con las obligaciones específicas que sean dispuestas por la Autoridad de Aplicación, las que garantizarán por medio de **medidas regulatorias asimétricas el desarrollo de los mercados regionales**, la participación de los licenciatarios locales y la continuidad en la prestación de los servicios de TIC”.

A su vez, la resolución del **Parlamento Europeo** sobre la **Preparación para la Plena Convergencia del Mundo Audiovisual** (2014) considera por su parte que “el objetivo de la política europea de medios y redes debe ser la supresión de los obstáculos a la innovación mediática, pero sin perder de vista los aspectos normativos de una política de medios de comunicación democrática

y culturalmente diversa”. Asimismo, subraya que “el uso de contenidos similares en un mismo aparato precisa de un marco legal uniforme, flexible, accesible y orientado al usuario, que sea neutral desde el punto de vista tecnológico, transparente y de obligado cumplimiento”.

La **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)** en su informe sobre competencia audiovisual (2013), señala que “en muchas industrias las fallas del mercado y los comportamientos anticompetitivos producen suba de precios. Sin embargo, en mercados de medios de información, donde los actores corporativos proveen los llamados “bienes de confianza” la alta concentración y la menor competencia pueden **disminuir la calidad de las noticias**”. Por consiguiente “mientras las leyes de competencia pueden atender las cuestiones de concentración y elección, no pueden garantizar que la propiedad sea plural y que se garantice el ingreso de nuevos actores. Dado que las leyes de competencia y las políticas persiguen en general objetivos económicos como la eficiencia y el bienestar de los consumidores, no pueden proveer adecuada **protección para la diversidad y pluralismo en los medios**”. Este criterio es el que se aplica en el caso de las reglas de propiedad cruzada en EE.UU. y otros países.



<p>Argentina 2009</p>	<p>Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. (Argentina – 2009)</p> <p>Artículo 1° - Alcance. El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina y el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia (...)</p>
<p>Argentina 2014</p>	<p>Ley 27.078 Argentina Digital. (Argentina - 2014)</p> <p>Artículo 46.- Obligaciones específicas. Aquellos licenciatarios de Servicios de TIC con poder significativo de mercado deberán cumplir con las obligaciones específicas que sean dispuestas por la Autoridad de Aplicación, las que garantizarán por medio de medidas regulatorias asimétricas el desarrollo de los mercados regionales, la participación de los licenciatarios locales y la continuidad en la prestación de los servicios de TIC.</p>
<p>México 2014</p>	<p>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. (México - 2014)</p> <p>Artículo 284. Los agentes económicos preponderantes en radiodifusión o telecomunicaciones serán susceptibles de ser declarados con poder sustancial (cuando tengan + del 50% del mercado).</p> <p>Artículo 287. El Instituto considerará: I. Las restricciones o limitaciones al acceso a la información plural, la existencia de barreras a la entrada de nuevos agentes y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores en ese mercado o zona de cobertura; II. La existencia de otros medios de información y su relevancia; III. Las posibilidades de acceso del o de los agentes económicos y sus competidores a insumos esenciales que les permitan ofrecer servicios similares o equivalentes;</p>
<p>Estados Unidos 1996</p>	<p>Acta de Telecomunicaciones (Estados Unidos-1996) 47 CFR 73.3555 - Multiple ownership. (Síntesis del contenido) Las reglas de propiedad cruzada impiden la posesión simultánea de periódicos y estaciones de radio y TV en la misma ciudad. También limitan la cantidad de estaciones de radio o televisión según el mercado y la cantidad de medios independientes. En televisión nacional ningún propietario podrá superar el 39% de la audiencia nacional (Revisión 2013) No se pueden fusionar las cadenas entre sí⁴. 76.503 National subscriber limits. Ningún operador de cable podrá servir una porción superior al 30 por ciento de los suscriptores nacionales.</p>

⁴ Ver: <https://www.fcc.gov/consumers/guides/fccs-review-broadcast-ownership-rulesreview>



PUNTO 3

Rol activo y presente del Estado

Como garante de los derechos humanos, corresponde al Estado el rol de crear, fomentar y preservar la diversidad en la gestión de medios, soportes, redes y posiciones satelitales. El Estado debe desarrollar mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento del pluralismo y la diversidad, y promover un plan nacional de alfabetización comunicacional que incluya el derecho humano a la comunicación en las currículas académicas. También debe preservar capacidad regulatoria sobre todos los recursos, insumos, infraestructuras y facilidades esenciales sobre las que se prestan servicios de comunicación para fines tales como: experimentación, cumplimiento con las obligaciones de servicio universal, prestación de servicios, fomento de la participación de organizaciones sin fines de lucro, PyMEs y prestadores públicos, parlamentarios, universitarios, provinciales o municipales.

Comentarios

En este punto se destaca, por un lado, el deber del Estado de implementar **políticas en torno al desarrollo equitativo** de los distintos medios de comunicación y la implementación de **políticas públicas de acceso y desarrollo sectorial** y, por otro, su rol de **fiscalización, control y promoción**, tanto en relación con la actividad periodística como con las distintas audiencias.

En cuanto al primer aspecto, el reciente informe publicado por la UNESCO titulado “Concentración de medios y libertad de expresión: Normas globales y consecuencias para las Américas” (2017) destaca que las regulaciones en torno a la comunicación “afectan de igual manera a quien habla y a quien escucha”. Lo que se constituye en una alerta sobre el efecto que las políticas pueden

tener sobre la circulación informativa y en relación con las representaciones mediáticas de los distintos actores sociales.

Lo mencionado remite a una dimensión clave de la comunicación que requiere la intervención del Estado y que es la **limitación de la concentración para la preservación de la diversidad**, tanto en lo referente a la pluralidad de voces como de contenidos.

La **Declaración Conjunta sobre Diversidad en la Radiodifusión realizada por Relatores/as sobre Libertad de Expresión** en el año 2007 desarrolló distintas dimensiones para estudiar la diversidad: analizando los tipos de medios (definiendo el tipo de propiedad, si es comercial, de servicio público o comunitaria y distinguiendo entre las distintas plataformas como analógicas o digitales); sus contenidos (abordando el análisis de la producción, difusión y acceso a informaciones, ideas y opiniones), y, por último, la diversidad de fuentes (a través del estudio del origen del capital económico que conforma a los medios). Con respecto a esta última dimensión pueden mencionarse distintos ejemplos: en el caso europeo, el modelo de gestión de medios ha sido predominantemente estatal, mientras que en América Latina y el Caribe, ha tenido constancia uno de tipo comercial, que, según la UNESCO (2014), ha resultado en una situación de fuerte concentración mediática, en el cual “casi la mitad de los productos y servicios de los mercados de la información y las comunicaciones de cada país son controlados por un solo proveedor”.

En este escenario, en la región se han aprobado en los últimos diez años, **nuevas reglas para el funcionamiento de los medios de comunicación** (UNESCO, 2017):

- Perú (Ley de Radio y TV, 2004);
- Venezuela (Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos, 2004);



- Uruguay (Ley de Radiodifusión Comunitaria, 2007);
- Argentina (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2009);
- Brasil (Ley de Servicios de Acceso Condicionado o de Televisión por Suscripción, 2011);
- Bolivia (Ley de Telecomunicaciones, 2011);
- Colombia (Ley ANTV, 2012);
- Ecuador (Ley Orgánica de Comunicación, 2013);
- México (Reforma Constitucional sobre Telecomunicaciones y Medios de Comunicación, 2013 y Ley Secundaria de Telecomunicaciones y Radiodifusión, 2014);
- Chile (Ley de TV Digital, 2014);
- Uruguay (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, 2014).

Se puede advertir que prácticamente todas las normas abordan la cuestión del límite a la concentración de los medios y el fomento de la diversidad de voces y contenidos así como también la existencia de medios públicos de gestión estatal.

En cuanto a lo que ocurre en Europa, una investigación realizada por la **Comunidad Europea**

(2009) indicó que la mayoría de los 27 países que la conforman realizan un control de la concentración de la propiedad de medios al interior de su territorio, principalmente, por una legislación que se rige por criterios de cantidad de licencias, propiedad cruzada con medios gráficos, a los que le siguen el “capital social” de las empresas, el “tamaño de la audiencia” y la participación en el mercado⁵.

En cuanto al rol pedagógico del Estado, se destaca la función que ha adquirido la figura de los/as defensores/as de las audiencias como una herramienta para la consolidación de una ciudadanía comunicacional⁶. Tal es el caso de la **Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual**, creada mediante la Ley 26.522.

A su vez, la **Ley 27.078** define el rol que debe tener el Estado para asegurar la “accesibilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el pueblo” (artículo 2), al mismo tiempo que establece que “el Estado nacional garantiza el **Servicio Universal**, entendido como el conjunto de Servicios de TIC que deben prestarse a todos los usuarios, asegurando su acceso en condiciones de calidad, asequibilidad y a precios justos y razonables, con independencia de su localización geográfica” (artículo 18).

⁵ Estos criterios no son excluyentes, ya que hay países que comprenden más de uno en su normativa.

⁶ Para una mayor ampliación del concepto de ciudadanía comunicacional, ver De Charras, D., Lozano, L. y Rossi, D. (2012), Mata (2002, 2011) y Uranga (2005, y Thompson, 2016).



Argentina 2009	Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Artículo 2°. La condición de actividad de interés público importa la preservación y el desarrollo de las actividades previstas en la presente como parte de las obligaciones del Estado nacional establecidas en el artículo 75 inciso 19 de la Constitución Nacional. A tal efecto, la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes resulta una actividad social de interés público, en la que el Estado debe salvaguardar el derecho a la información, a la participación, preservación y desarrollo del Estado de Derecho, así como los valores de la libertad de expresión.
Argentina 2014	Ley 27.078 Argentina Digital. Artículo 2.- (...) promover el rol del Estado como planificador, incentivando la función social que dichas tecnologías poseen, como así también la competencia y la generación de empleo mediante el establecimiento de pautas claras y transparentes que favorezcan el desarrollo sustentable del sector, procurando la accesibilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el pueblo. Artículo 18. Definición. El Estado nacional garantiza el Servicio Universal, entendido como el conjunto de Servicios de TIC que deben prestarse a todos los usuarios, asegurando su acceso en condiciones de calidad, asequibilidad y a precios justos y razonables, con independencia de su localización geográfica. Artículo 26. Características. El espectro radioeléctrico es un recurso intangible, finito y de dominio público, cuya administración, gestión y control es responsabilidad indelegable del Estado nacional.

Perú 2004	Ley de Radio y Televisión 28.278. (Perú - 2004) Artículo 7.- Audiencias públicas El Ministerio de Transportes y Comunicaciones convoca a Audiencias Públicas Descentralizadas cuando menos dos veces al año, para atender consultas y recibir propuestas que contribuyan al mejoramiento de las actividades de radiodifusión. Las Audiencias Públicas no se orientan a injerir en el contenido de la programación.
Uruguay 2014	Ley 19.307 Ley de Medios. Regulación de La Prestación de Servicios de Radio, Televisión y otros Servicios de Comunicación Audiovisual (Uruguay - 2014) Artículo 27: (Derecho a la participación ciudadana).- El Poder Ejecutivo deberá establecer mecanismos que garanticen la participación ciudadana en el proceso de elaboración y seguimiento de las políticas públicas para los servicios de comunicación audiovisual. Artículo 29: (Deber de protección).- De conformidad con lo dispuesto en la legislación nacional e instrumentos internacionales, el Estado tiene la obligación de proteger los derechos de todos los niños, niñas y adolescentes, asegurando la



<p style="text-align: center;">Uruguay 2004</p>	<p>aplicación de normas que den efectividad a esos derechos en su relación con los servicios de comunicación audiovisual.</p> <p>Artículo 33: (Publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes).- En atención a la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, los mensajes publicitarios no deberán producirles perjuicio moral o físico. En consecuencia, su emisión tendrá las siguientes limitaciones: A) No debe incitar directamente a los niños, niñas y adolescentes a la compra o arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad, ni incluir cualquier forma de publicidad engañosa. B) No debe animar directamente a los niños, niñas y adolescentes para que compren productos o servicios publicitados, ni prometerles premios o recompensas para ganar nuevos compradores. C) No puede ser presentada de una manera que se aproveche de la lealtad de niños, niñas y adolescentes, o de su confianza, sobre todo en los padres, profesores u otras personas. No puede socavar la autoridad de estas personas y su responsabilidad. D) No deben anunciar ninguna forma de discriminación, incluyendo cualquiera que se base en la raza, nacionalidad, religión o edad, ni deberán en ninguna forma menoscabar la dignidad humana. E) Deberá tener especialmente en cuenta las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud en lo que se refiere a publicidad de alimentos con altos contenidos de grasa, sal o azúcares. F) Está prohibida la emisión de publicidad no tradicional en los programas infantiles con excepción del emplazamiento de productos y el auspicio.</p> <p>Artículo 38:(Derecho al acceso a eventos de interés general).- El derecho a la información incluye el derecho del público a acceder a la recepción a través de un servicio de radiodifusión de televisión en abierto, en directo, en simultáneo y de manera gratuita, de determinados eventos de interés general para la sociedad.</p>
<p style="text-align: center;">Ecuador 2013</p>	<p>Ley Orgánica de Comunicación. (Ecuador - 2013)</p> <p>Artículo 73.- El Defensor de las audiencias.- Los medios de comunicación de alcance nacional contarán obligatoriamente con un defensor de sus audiencias y lectores, designado mediante concurso público organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social por el medio, quien cumplirá sus funciones con independencia y autonomía. Además contarán con mecanismos de interactividad con sus audiencias y lectores, y espacios para la publicación de errores y correcciones. Reglamentación general a la Ley:</p> <p>Capítulo IV. Defensor de las Audiencias, Consejos Ciudadanos y Registro de Medios</p> <p>Artículo 30.- Defensor o Defensora de las Audiencias.- De conformidad con el Art. 73 de la Ley Orgánica de Comunicación los medios de comunicación de alcance nacional contarán obligatoriamente con un defensor o defensora de sus audiencias y lectores. La remuneración del defensor o defensora de las audien-</p>



Ecuador

2013

cias y lectores de cada medio de comunicación de alcance nacional será pagada por cada medio de comunicación a través de la Superintendencia de la Información y Comunicación.

Artículo 31.- Designación del Defensor o Defensora de la Audiencias y Lectores.- Las y los defensores de las audiencias y lectores serán designados mediante un concurso público de selección organizado por el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social y durarán en su cargo por un período de dos (2) años, pudiendo participar en un nuevo proceso para ser elegidos por un período adicional. Los concursos para designar defensores de las audiencias se llevarán a cabo durante los últimos tres (3) meses de cada año y la persona designada ocupará su cargo el mes de enero del año siguiente a la realización del concurso.

Artículo 32.- Datos sobre los y las defensoras de las audiencias y lectores.- Los datos generales de los y las defensoras de las audiencias y lectores estarán a disposición del público en la página web de cada medio de comunicación social de alcance nacional, en la página web de la Superintendencia de la Información y Comunicación y en la página web del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social.

Artículo 33.- Atribuciones y responsabilidades del Defensor o Defensora de las Audiencias y Lectores.- Los y las defensoras de las audiencias y lectores tienen las siguientes atribuciones y responsabilidades:

- 1.- Atender los reclamos de los ciudadanos y procesarlos diligentemente.
- 2.- Realizar actos de mediación entre los ciudadanos y los medios de comunicación por los reclamos, propuestas y observaciones formuladas en relación al ejercicio de los derechos y obligaciones que establece la Ley Orgánica de Comunicación, de modo que los conflictos generados puedan ser procesados directamente entre los actores involucrados sin la necesidad de la intervención de autoridades públicas ni la imposición de sanciones administrativas o de cualquier otra índole.
- 3.- Comunicar a los ciudadanos la respuesta que dará el medio de comunicación a sus reclamos y vigilar que ésta sea publicada por el medio de comunicación en el mismo programa o espacio en que se difundió el contenido que motivó el reclamo.
- 4.- Formular observaciones y recomendaciones a los directivos del medio de comunicación para mejorar su desempeño en relación al cumplimiento de las responsabilidades y obligaciones establecidas en la Ley Orgánica de Comunicación, especialmente en relación al contenido del Art. 71.

Artículo 34.- Presentación de reclamo.- Las y los ciudadanos que deseen presentar un reclamo a cualquier medio de comunicación de alcance nacional lo dirigirán al defensor de las audiencias y lectores, por escrito o través de la página web del medio, en la cual se desarrollará una aplicación para tales efectos que será gestionada por el o la defensora de las audiencias y lectores.



PUNTO 4

Reserva y sostenibilidad de la comunicación social.

Para garantizar la participación de las distintas corrientes en el debate público resultan indispensables la legalización y la reserva de frecuencias terrestres de radio, televisión y servicios conexos destinadas al sector social-comunitario y personas jurídicas sin fines de lucro (33%), al sector público en sus tres poderes -ejecutivo, legislativo y judicial- y en sus tres niveles -nacional, provincial y municipal, a los organismos descentralizados como las universidades y a los actores públicos no estatales. Deben proponerse políticas públicas dirigidas a la sostenibilidad de las organizaciones de la comunicación –comunitarias, cooperativas, de gestión privada sin fines de lucro, de pueblos originarios y de las pequeñas y medianas empresas de arraigo local- que vinculen la producción de contenidos con pantallas, antenas y medios gráficos, en especial en las zonas despobladas o con menos recursos. Se deben sostener políticas de asignación de recursos con sentido social y federal, mediante la aplicación de asignaciones como las previstas por el Fondo de Servicio Universal y el Fondo de Fomento Concurrible (FOMECA) y políticas de fomento a la industria gráfica de revistas culturales.

Comentarios

La existencia de políticas públicas destinadas a la promoción de la **diversidad** en la comunicación y la cultura, así como el fomento de medios sin acceso a los mercados, es abordada por los tratados internacionales como uno de los requisitos para la defensa de la libertad de expresión.

De este modo, la **Convención de la UNESCO sobre Diversidad de las Expresiones Cultura-**

les consagra en su artículo 6, las siguientes recomendaciones:

“1 En el marco de sus políticas y medidas culturales, (...) las Partes podrán adoptar medidas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en sus respectivos territorios. Esas medidas pueden consistir en: a) medidas reglamentarias encaminadas a la **protección y promoción de la diversidad** de las expresiones culturales; b) medidas que brinden oportunidades, de modo apropiado, a las actividades y los bienes y servicios culturales nacionales, entre todas las actividades, bienes y servicios culturales disponibles dentro del territorio nacional, para su creación, producción, distribución, difusión y disfrute, comprendidas disposiciones relativas a la lengua utilizada para tales actividades, bienes y servicios; c) medidas encaminadas a proporcionar a las **industrias culturales independientes** nacionales y las actividades del sector no estructurado un acceso efectivo a los medios de producción, difusión y distribución de bienes y servicios culturales; d) medidas destinadas a conceder asistencia financiera pública; e) medidas encaminadas a alentar a **organizaciones sin fines de lucro**, así como a entidades públicas y privadas, artistas y otros profesionales de la cultura, a impulsar y promover el libre intercambio y circulación de ideas, expresiones culturales y actividades, bienes y servicios culturales, y a estimular en sus actividades el espíritu creativo y el espíritu de empresa; f) medidas destinadas a crear y apoyar de manera adecuada las instituciones de servicio público pertinentes; g) medidas encaminadas a respaldar y apoyar a los artistas y demás personas que participan en la creación de expresiones culturales; h) medidas destinadas a promover la **diversidad de los medios** de comunicación social, comprendida la promoción del servicio público de radiodifusión.”

En la región, se destacan los casos de Uruguay,



Chile, Brasil, Bolivia y Ecuador por su posesión de normas específicas para regular la radiodifusión comunitaria.

En Argentina, la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522** estipula en su artículo 21 la existencia de tres tipos de prestadores del servicio: de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro⁷, reservando un 33% del espectro radioeléctrico para este último actor. Esta ley menciona distintas fuentes que dieron origen a la disposición: por un lado, se encuentra la **Declaración Conjunta sobre la Diversidad en la Radiodifusión (2007)**, en la que se sostuvo que: “«los diferentes tipos de medios de comunicación -comerciales, de servicios públicos y comunitarios- deben ser capaces de operar en, y tener acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles. Las medidas específicas para promover la diversidad pueden incluir el reservar frecuencias adecuadas para diferentes tipos de medios, contar con *must-carry rules* (sobre el deber de transmisión), requerir que tanto las tecnologías de distribución como las de recepción sean complementarias y/o interoperables, inclusive a través de las fronteras nacionales, y proveer acceso no discriminatorio a servicios de ayuda, tales como guías de programación electrónica»” (LSCA, 2009).

También se hace referencia al **Parlamento Europeo**, y a un estudio presentado en 2007 que demostró “la importancia del reconocimiento legal de los medios comunitarios” (*Ibid.*). En el mismo sentido, se cita a la **Declaración de Principios de Ginebra 2003 de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información**, en la cual se expresó “la necesidad de «fomentar la diversidad de regímenes de propiedad de los medios de comunicación»”, y a la **Convención sobre Diversidad Cultural de la UNESCO** del año 2005, que determinó que “los Estados tienen la obligación y el derecho de «adoptar medidas para promover la

diversidad de los medios de comunicación social»” (*Ibid.*).

Por último, también se da cuenta de lo establecido por la **Corte Interamericana de Derechos Humanos** en su Opinión Consultiva 5/85, que sostiene que la libertad de expresión “requiere que los medios de comunicación estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación” y que “son los medios de comunicación social los que sirven para materializar el ejercicio de la libertad de expresión, de tal modo que sus condiciones de funcionamiento deben adecuarse a los requerimientos de esa libertad”.

De lo expuesto se puede concluir en la importancia que se le debe brindar al desarrollo democrático de los medios comunitarios, lo cual hace necesario que los Estados, además de omitir cualquier tipo de obstáculo en su desempeño, lleven adelante medidas positivas “para garantizar su ejercicio en condiciones de igualdad y no discriminación”, además de efectuar una reserva del espectro radioeléctrico para este actor fundamental de la comunicación (CIDH; 2010).

En cuanto al financiamiento de estos medios, la **Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC)** expresó en los “Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y tv comunitaria” (2009) el derecho de estos medios a “asegurar su sostenibilidad económica, independencia y desarrollo, a través de recursos obtenidos mediante donaciones, auspicios, patrocinios, publicidad comercial, oficial y otros legítimos” y que “cualquier límite en el tiempo o cantidad de publicidad debe ser razonable y no discriminatorio”.

⁷Para conocer las características del desarrollo del sector sin fines de lucro de la comunicación audiovisual en Argentina, así como su participación en el proceso de sanción de la Ley 26.522, consultar Badenes y Gonzalez (2015), Busso y Jaimes (2011), Kejval (2009), Segura (2011) y Villamayor y Lamas (1998), entre otros trabajos.



<p style="text-align: center;">Ley de Radiodifusión Comunitaria 18.232 (Uruguay - 2007)</p>	<p style="text-align: center;">Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México - 2014)</p>
<p>Artículo 4°. Servicio de radiodifusión comunitaria.- El Estado tiene la obligación de garantizar y promover el servicio de radiodifusión comunitaria en base a los derechos y principios consagrados en el Capítulo I. Se entenderá por servicio de radiodifusión comunitaria el servicio de radiodifusión no estatal de interés público, prestado por asociaciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica o por aquellos grupos de personas organizadas que no persigan fines de lucro (artículos 6° y 13 de la presente ley) y orientado a satisfacer las necesidades de comunicación social y a habilitar el ejercicio del derecho a la información y a la libertad de expresión de los habitantes de la República.</p> <p>Su finalidad será la promoción del desarrollo social, los derechos humanos, la diversidad cultural, la pluralidad de informaciones y opiniones, los valores democráticos, la satisfacción de las necesidades de comunicación social, la convivencia pacífica y el fortalecimiento de los vínculos que hacen a la esencia de la identidad cultural y social del Uruguay. No podrán realizar proselitismo político partidario o religioso, ni promover la discriminación de raza, etnia, género, orientación sexual, religión, edad o de cualquier otro tipo constituyendo la transgresión a esta disposición, causal para la suspensión o revocación del permiso.</p> <p>En ningún caso se entenderá que el servicio de radiodifusión comunitaria implica necesariamente un servicio de cobertura geográfica restringida. Dicha área estará definida por su finalidad pública y social y dependerá de la disponibilidad y planes de uso del espectro y la propuesta comunicacional de la emisora. De acuerdo con la función y responsabilidad que poseen los servicios de radiodifusión comunitaria, su programación deberá ser preferentemente de producción propia y nacional (departamental o local).</p> <p>La programación también incluirá espacios de producción independiente, preferentemente la realizada por grupos sociales o personas que habiten el área de alcance de la emisora y siempre que la misma sea compatible con la finalidad del servicio.</p>	<p>Artículo 87. Los interesados en obtener una concesión sobre el espectro radioeléctrico para uso social para prestar el servicio de radiodifusión, deberán presentar los requisitos establecidos en el artículo 85 de esta Ley, dentro del plazo establecido en el programa anual de uso y aprovechamiento de bandas de frecuencias. Las concesiones de uso social incluyen las comunitarias y las indígenas, las que se sujetarán, de acuerdo con sus fines, a los principios establecidos en los artículos 2°, 3°, 6° y 7° de la Constitución.</p> <p>Artículo 88. Para el cumplimiento de sus fines, la operación de las concesiones de radiodifusión de uso público se financiará con presupuesto público que garantice su operación. Los concesionarios de uso público podrán tener cualquiera de las siguientes fuentes de ingresos adicionales:</p> <p>I. Donativos en dinero o en especie hechos por personas físicas o morales de nacionalidad mexicana o extranjera, siempre que en este último caso provengan exclusivamente de organismos multilaterales y agencias de cooperación internacionales reconocidas por el orden jurídico nacional, las que en ningún caso podrán participar ni influir en el contenido de las transmisiones. Cuando se trate de donativos en dinero deberán expedirse comprobantes fiscales que cumplan con las disposiciones establecidas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mientras que las donaciones en especie se harán constar en un contrato celebrado conforme a las leyes aplicables;</p> <p>II. Venta de productos, contenidos propios previamente transmitidos de conformidad con su fin y objeto o servicios, acordes con su capacidad tanto legal como operativa sin que se encuentre comprendida la emisión de mensajes comerciales y venta de publicidad;</p> <p>III. Patrocinios;</p> <p>IV. Proyectos de financiamiento y convenios de coinversión para la producción o difusión de contenidos afines a los objetivos del servicio, y</p>



Artículo 5°. Reserva del espectro radioeléctrico.- El Poder Ejecutivo, previo informe de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) y opinión del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria, reservará para la prestación del servicio de radiodifusión comunitaria y otros sin fines de lucro, al menos un tercio del espectro radioeléctrico por cada localidad en todas las bandas de frecuencia de uso analógico y digital y para todas las modalidades de emisión. La reserva deberá ser actualizada anualmente y será de conocimiento público.

Artículo 6°. Titulares.-

Podrán ser titulares del servicio de radiodifusión comunitaria las asociaciones civiles sin fines de lucro con personería jurídica reconocidas por el Ministerio de Educación y Cultura o en trámite de constitución. Podrán serlo también aquellos grupos de personas organizadas sin fines de lucro, en los términos que prevé el artículo 13 de la presente ley. En este último caso, una o más personas físicas, que integren real y efectivamente la organización y ejerzan autoridad en la misma, deberán hacerse enteramente responsables de los contenidos a emitir mediante declaración jurada a presentar ante el Ministerio de Educación y Cultura, con formalidades análogas a las previstas en el artículo 4° de la Ley N° 16.099, de 3 de noviembre de 1989, en lo que sea pertinente. Todo ello sin perjuicio de cumplir con los demás requisitos establecidos en los literales siguientes del presente artículo:

A) Los titulares de un servicio de radiodifusión comunitaria y sus directores, administradores, gerentes o personal en quien se delegue la autoridad y responsabilidad en la conducción y orientación de la emisora, no podrán ser beneficiarios ni adjudicatarios de participar, parcial o totalmente, directa o indirectamente, de más de una frecuencia por banda de radiodifusión para el servicio de radiodifusión comunitaria. Dichas personas tampoco podrán ser titulares o parientes de titulares (en línea recta o colateral hasta el segundo grado)

de otros medios de radiodifusión no comunitarios.

V. Convenios de coinversión con otras dependencias públicas para el mejor cumplimiento de sus fines de servicio público. La ausencia de fines de lucro implica que dichos concesionarios no perseguirán dentro de sus actividades la obtención de ganancias con propósitos de acumulación, de tal suerte que los remanentes de su operación sólo podrán invertirse al objeto de la concesión.

Artículo 89. Los concesionarios de uso social, acorde con sus fines, podrán obtener ingresos de las siguientes fuentes:

I. Donativos en dinero o en especie;

II. Aportaciones y cuotas o cooperación de la comunidad a la que prestan servicio;

III. Venta de productos, contenidos propios previamente transmitidos de conformidad con su fin y objeto o servicios, acordes con su capacidad tanto legal como operativa sin que se encuentre comprendida la emisión de mensajes comerciales y venta de publicidad, con excepción de lo dispuesto en la fracción VII del presente artículo;

IV. Recursos provenientes de entidades públicas para la generación de contenidos programáticos distintos a la comercialización;

V. Arrendamiento de estudios y servicios de edición, audio y grabación;

VI. Convenios de coinversión con otros medios sociales para el mejor cumplimiento de sus fines de servicio público, y

VII. Venta de publicidad a los entes públicos federales, los cuales destinarán el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes. Las Entidades Federativas y Municipios

podrán autorizar hasta el uno por ciento para dicho fin de conformidad con sus respectivos pre



B) Los directores, administradores, gerentes o personal en quien se delegue la autoridad y responsabilidad de la conducción y orientación de la emisora deberán ser ciudadanos naturales o legales en ejercicio de la ciudadanía, estardomiciliados real y permanentemente en la República, en el área de alcance o cobertura de la emisora.

Artículo 10. (Sustentabilidad económica).- Las entidades sin fines de lucro que brinden servicio de radiodifusión comunitaria tendrán derecho a asegurar su sustentabilidad económica, independencia y desarrollo, a cuyos efectos podrán obtener recursos, entre otras fuentes, de donaciones, aportes solidarios, auspicios, patrocinios y publicidad, de acuerdo a las normas vigentes.

La totalidad de los recursos que obtengan las entidades que brinden el servicio de radiodifusión comunitaria, por y para este servicio, deberán ser invertidos en el funcionamiento y en mejoras en la prestación del mismo y en el desarrollo de los objetivos del servicio de radiodifusión comunitaria.

La ausencia de finalidad de lucro debe ser entendida como la actividad que no persigue la obtención de ganancias para su acumulación o su distribución o su inversión en objetivos diferentes de los que corresponden al servicio de radiodifusión comunitaria (artículo 4° de la presente ley).

Será considerada distribución de ganancia la fijación de salarios para los titulares de la concesión, cuando los mismos superen el mínimo establecido para el sector y categoría de acuerdo a las disposiciones legales vigentes.

Se realizará una auditoría anual en las emisoras comunitarias a los efectos de demostrar la correcta aplicación del inciso primero del presente artículo y su coherencia con los principios del servicio.

supuestos. Lo dispuesto en esta fracción sólo será aplicable para las concesiones de uso social comunitarias e indígenas. La ausencia de fines de lucro implica que dichos concesionarios no perseguirán dentro de sus actividades la obtención de ganancias con propósitos de acumulación, de tal suerte que los remanentes de su operación sólo podrán invertirse al objeto de la concesión. Para recibir donaciones en dinero o en especie, los concesionarios de uso social deberán ser donatarias autorizadas en términos de las disposiciones aplicables. Los concesionarios de uso social que presen el servicio de radiodifusión deberán entregar anualmente al Instituto, la información necesaria con el objeto de verificar que la fuente y destino de los ingresos se apeguen a los fines para los cuales fue otorgada la concesión.



<p>Chile 2014</p>	<p>Ley 20750. Permite la introducción de la televisión digital terrestre</p> <p>Artículo 50.- El Plan de Radiodifusión Televisiva deberá asignar las frecuencias necesarias para la transición de las concesiones de radiodifusión televisiva analógicas a la tecnología digital. Asimismo, deberá reservar frecuencias necesarias para las futuras concesiones de radiodifusión televisiva. El 40% del total de las concesiones asignables para la televisión digital, entendiéndose por tales aquellas que queden disponibles luego de que se haya llevado a cabo la transición a que hace referencia el artículo primero transitorio de la ley que permite la introducción de la televisión digital, serán destinadas a señales de radiodifusión televisiva digital de libre recepción regionales, locales y locales comunitarias, o para aquellas de carácter nacionales o regionales que el Consejo, por resolución, califique como culturales o educativas. Mediante resolución fundada y acordada por no menos de siete de sus miembros, el Consejo podrá aumentar o disminuir este porcentaje, pero, en este último caso, no podrá hacerlo a menos del 30%. En este porcentaje deberán considerarse dos frecuencias nacionales, destinadas solamente a señales culturales o educativas, así calificadas por el Consejo por resolución. El Consejo por resolución fundada y acordada por no menos de siete de sus miembros, definirá el procedimiento para la asignación de las concesiones respectivas. Dicho procedimiento deberá asegurar que el total del espectro de estas dos frecuencias se destine para que se realicen ofertas no discriminatorias a concesionarios con medios de terceros.</p>
<p>Argentina 2009</p>	<p>Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. (Argentina – 2009)</p> <p>Artículo 21. — Prestadores. Los servicios previstos por esta ley serán operados por tres (3) tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro.</p> <p>Artículo 89. — Reservas en la administración del espectro radioeléctrico. En oportunidad de elaborar el Plan Técnico de Frecuencias, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual deberá realizar las siguientes reservas de frecuencias, sin perjuicio de la posibilidad de ampliar las reservas de frecuencia en virtud de la incorporación de nuevas tecnologías que permitan un mayor aprovechamiento del espectro radioeléctrico:</p> <p>Artículo 97. f) El diez por ciento (10%) para proyectos especiales de comunicación audiovisual y apoyo a servicios de comunicación audiovisual, comunitarios, de frontera, y de los Pueblos Originarios, con especial atención a la colaboración en los proyectos de digitalización.</p>
<p>Perú 2004</p>	<p>Ley de Radio y Televisión 28.278. (Perú - 2004)</p> <p>Artículo 9.- Por su finalidad Los servicios de radiodifusión, en razón de los fines que persiguen y del contenido de su programación, se clasifican en:</p> <p>a) Servicios de Radiodifusión Comercial: Son aquellos cuya programación está destinada al entretenimiento y recreación del público, así como a abordar temas informativos, noticiosos y de orientación a la comunidad, dentro del marco de los fines y principios que orientan el servicio.</p>



<p>Perú</p> <p>2004</p>	<p>b) Servicios de Radiodifusión Educativa: Son aquellos cuya programación está destinada predominantemente al fomento de la educación, la cultura y el deporte, así como la formación integral de las personas. En sus códigos de ética incluyen los principios y fines de la educación peruana. Las entidades educativas públicas, sólo pueden prestar el servicio de radiodifusión educativa.</p> <p>c) Radiodifusión Comunitaria: Es aquella cuyas estaciones están ubicadas en comunidades campesinas, nativas e indígenas, áreas rurales o de preferente interés social. Su programación está destinada principalmente a fomentar la identidad y costumbres de la comunidad en la que se presta el servicio, fortaleciendo la integración nacional.</p>
---------------------------------------	---

PUNTO 5

Servicio e interés público.

Los servicios de comunicación audiovisual y de los operadores convergentes deben ser considerados como servicios de interés público; en tanto que los servicios esenciales de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en todas las modalidades de prestación de conectividad, deben ser considerados como servicio público. En este sentido se deben evitar situaciones anticompetitivas de los prestadores con poder predatorio sobre el mercado y asegurar el establecimiento de tarifas razonables y transparentes. El acceso a facilidades esenciales para la comunicación, incluido el soporte gráfico, debe ser considerado de interés público.

Comentarios

Tal como sostiene la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual** en su artículo 2º, este tipo de actividad es considerada “de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones”.

La definición de los servicios de comunicación audiovisual como de **interés público**, queda determinada por su objetivo de “satisfacer una necesidad colectiva” (Gordillo, 2014). En este sentido, el régimen que establece la prestación de los servicios de interés público debe cumplir cuatro características principales: “generalidad, uniformidad, regularidad y continuidad”, destacándose la última en cuanto a su importancia (*Ibid.*). La primera refiere al derecho de todas las personas “a gozar del servicio”. La uniformidad representa la obligación de que aquéllas puedan hacerlo “en igualdad de condiciones”. Mientras que la regularidad “quiere decir conformidad a reglas y condiciones preestablecidas”. Por último, la continuidad, significa que toda vez que se presente la necesidad social del servicio este debe ser cumplido. Es decir, que la prestación debe darse de manera oportuna -intermitentemente o de manera ininterrumpida, según el caso- (*Ibid.*).

Atento a principios básicos de acceso y servicio universal, se destaca la importancia de mantener el carácter gratuito de la recepción de las emisiones de radiodifusión abierta (art. 8º LSCA) y respecto de los servicios de radiodifusión de carácter oneroso: debe tutelarse la accesibilidad, asequibilidad y asegurarse el abono social (art. 73 LSCA derogado por el Decreto de Necesidad y Urgencia 267/15).



Una futura Ley TIC deberá restablecer el rol regulatorio activo para el Estado, reglamentando el Servicio público esencial y estratégico de TIC en competencia” (Ley Argentina Digital art. 6° inc. f) y art. 15 también derogados por DNU 267/15) no sólo en términos de acceso e interconexión (art. 38 y ss. LAD), sino también de asequibilidad.

Frente a abonos abusivos en telefonía móvil, conectividad y televisión de pago, la legislación debe restablecer potestades de regulación tarifaria por segmentos y tarifa social para usuarios en situación de vulnerabilidad.

Al respecto, la ley uruguaya de radiodifusión y servicios de comunicación audiovisual sostiene que:

“Los servicios de comunicación audiovisual son de interés público ya que constituyen uno de los principales medios de información social, permiten el ejercicio del derecho a comunicar y a recibir información para el ejercicio pleno de la libertad de expresión de la ciudadanía, la difusión de valores como la identidad y la diversidad cultural y el apoyo a la educación, componiendo un sistema esencial para promover la convivencia, la integración social, la igualdad, el pluralismo y los valores democráticos (...)”.

A su vez, en 2016, la **Corte de Apelaciones del Circuito de Distrito de Columbia** (Estados

Unidos) expresó en una sentencia histórica que la **banda ancha** es un **servicio público**. De este modo, las empresas deben cumplir con obligaciones de interconexión y estar sujetas a las reglas de no discriminación, lo que les impide aumentar o disminuir la velocidad de conexión de manera selectiva.

Por otra parte, el **Parlamento Europeo** destacó en su **Directiva 13 de 2010** que:

“la definición de servicios de comunicación audiovisual debe abarcar los medios de comunicación de masas en su función de informar, entretener y educar al público general y debe incluir las comunicaciones audiovisuales comerciales, pero debe excluir toda forma de correspondencia privada, como los mensajes de correo electrónico enviados a un número limitado de destinatarios. La definición debe excluir asimismo todos los servicios cuyo principal objeto no sea proporcionar programas, es decir, aquellos cuyo contenido audiovisual sea meramente incidental y no constituya la finalidad principal. Como ejemplos cabe citar los sitios web que contienen elementos audiovisuales con una función exclusivamente auxiliar, elementos gráficos animados, pequeños anuncios publicitarios o información relacionada con un producto o servicio no audiovisual.”

Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (Argentina – 2009)	Ley 27.078 Argentina Digital (Argentina – 2014)	Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México – 2014)
<p>Artículo 2° - Carácter y alcances de la definición. La actividad realizada por los servicios de comunicación audiovisual se considera una actividad de interés público, de carácter fundamental para el desarrollo sociocultural de la población.</p>	<p>Artículo 1° - Objeto. Declárase de interés público el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las Telecomunicaciones, y sus recursos asociados, estableciendo y garantizando la completa neutralidad de las redes.</p>	<p>Artículo 2. Las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general.</p>



PUNTO 6

Acceso universal y no discriminación.

Es obligación del Estado asegurar que en el acceso a los servicios de comunicación audiovisual y de las TIC esté prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o de nacionalidad, edad, discapacidades, condición social o económica, condiciones de salud, religión, sexualidades, identidad de género, o cualquier otra que atente, anule o menoscabe la dignidad humana, los derechos y libertades de las personas. Asimismo, el Estado debe adoptar todas las medidas pertinentes para asegurar, con independencia de la localización geográfica, el acceso universal en condiciones de calidad y a precios justos y razonables. El abono social a los servicios de comunicación audiovisual y de los operadores convergentes debe considerarse una vía adecuada para garantizar estos derechos. Asimismo, debe garantizarse la accesibilidad comunicacional universal para las personas con discapacidad o en riesgo de exclusión mediática.

Comentarios

El concepto TIC (tecnologías de la información y la comunicación) comprende lo referido tanto a los dispositivos, como a las políticas de Estado, al desarrollo de contenidos y al uso que hacen las personas de estas tecnologías, es decir su componente más “intangible” (UNESCO, 2012). En este sentido, se han establecido distintos índices que tienen como objetivo “reflejar mejor el avance del sector y su apropiación por parte de la población”, entre los que se encuentran el “«Índice de Desarrollo de TIC» (ICT Development Index, IDI) de la UIT y el «Networked Readiness Index» (NRI) del World Economic Forum (WEF)” (BID, 2013).

La Ley 27.078, en su artículo 62, establece las obligaciones con los usuarios que poseen los li-

cienciarios de Servicios de TIC, tales como:

“a) Brindar el servicio bajo los principios de igualdad, continuidad y regularidad, cumpliendo con los niveles de calidad establecidos en la normativa vigente.

b) No incluir en los contratos cláusulas que restrinjan o condicionen en modo alguno a los usuarios la libertad de elección de otro licenciatario o que condicionen la rescisión del mismo o la desconexión de cualquier servicio adicional contratado.

c) Garantizar que los grupos sociales específicos, las personas con discapacidad, entre ellos los usuarios con problemas graves de visión o discapacidad visual, los hipoacúsicos y los impedidos del habla, las personas mayores y los usuarios con necesidades sociales especiales tengan acceso al servicio en condiciones equiparables al resto de los usuarios, de conformidad con lo establecido en la normativa específica”.

Al respecto, la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH (2013) ha expresado que debe interpretarse el punto 2 de la **Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión**, sobre la “igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación”, de manera que

“puedan derivarse las siguientes consecuencias: se deben tomar acciones para promover, de manera progresiva, el **acceso universal** no solo a la infraestructura, sino a la tecnología necesaria para su uso y a la mayor cantidad posible de información disponible en la red; **eliminar las barreras arbitrarias** de acceso a la infraestructura, la tecnología y la información en línea; y adoptar medidas de diferenciación positiva para permitir el **goce efectivo de este derecho a personas o comunidades** que así lo requieran **por sus circunstancias de marginación o discriminación**”.



Al mismo tiempo que sostuvo la necesidad de que la “conectividad se extienda a todo el territorio”, de modo de “promover de manera efectiva el acceso de los usuarios rurales y de comunidades marginales” (*Ibid.*).

Por su parte en los Estados Unidos en 2010, el Presidente Obama promulgó la Ley de Accesibilidad para Comunicaciones y Vídeo en el Siglo Veintiuno

(*Twenty-First Century Communications and Video Accessibility Act, CVAA* por sus siglas en inglés). La CVAA actualiza la ley federal de comunicaciones para aumentar el acceso de personas con discapacidades a las comunicaciones modernas. La CVAA asegura la actualización de las leyes de accesibilidad promulgadas en las décadas de 1980 y 1990, considerando las tecnologías del siglo 21, incluyendo las innovaciones digitales, de banda ancha y móviles.

<p>Argentina 2009</p>	<p>Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (Argentina – 2009)</p> <p>Artículo 66. Accesibilidad. Las emisiones de televisión abierta, la señal local de producción propia en los sistemas por suscripción y los programas informativos, educativos, culturales y de interés general de producción nacional, deben incorporar medios de comunicación visual adicional en el que se utilice subtítulo oculto (closed caption), lenguaje de señas y audio descripción, para la recepción por personas con discapacidades sensoriales, adultos mayores y otras personas que puedan tener dificultades para acceder a los contenidos.</p>
<p>Estados Unidos 2010</p>	<p>Ley de Accesibilidad para Comunicaciones y Vídeo en el Siglo Veintiuno. (Estados Unidos 2010) Título I (resumen FCC)</p> <p>Exige que los servicios y productos de comunicaciones de avanzada sean accesibles para personas con discapacidades.</p> <p>Los servicios de comunicaciones de avanzada se definen como (1) servicio de voz por Protocolo de Internet (VoIP, telefonía por Internet) interconectado; (2) servicio de voz por Protocolo de Internet (VoIP o telefonía por Internet) no interconectado; (3) servicio de mensajería electrónica; (4) servicio de video-conferencia interoperable.</p> <p>Esto incluye por ejemplo, mensajería de texto; correo electrónico; mensajería instantánea (instant messaging, en inglés) y comunicaciones en vídeo.</p> <p>Exige acceso, para personas no-videntes o con dificultades visuales, a buscadores de Internet en dispositivos móviles (es decir, una “rampa” a Internet en dispositivos móviles).</p>
<p>Perú 2004</p>	<p>Ley de Radio y Televisión 28.278 (Perú - 2004)</p> <p>Artículo I.- Principios de acceso a los servicios de radiodifusión El acceso a los servicios de radiodifusión se rige por los siguientes principios: b) Libertad de Acceso.- El acceso a la utilización y prestación de los servicios de radiodifusión está sujeto a los principios de igualdad de oportunidades y de no discriminación.</p>
<p>Uruguay 2007</p>	<p>Ley de Radiodifusión Comunitaria 18.232 (Uruguay - 2007)</p> <p>Artículo 3º. (Principios para la administración del espectro radioeléctrico).- El Estado administrará las frecuencias radioeléctricas garantizando los derechos establecidos en los artículos 1º y 2º de la presente ley, en base a los siguientes principios:</p> <p>A) Promoción de la pluralidad y diversidad; la promoción de la diversidad debe ser un objetivo primordial de la legislación de radiodifusión, de esta ley en particular y de las políticas públicas que desarrolle el Estado.</p>



<p>Uruguay 2007</p>	<p>B) No discriminación; se deberá garantizar igualdad de oportunidades para el acceso de los habitantes de la República a los medios de comunicación electrónicos, para que puedan ejercer su derecho a la información y a la libertad de expresión con las solas exclusiones que esta ley determinará con el objeto de sostener el mencionado principio y prevenir prácticas de favorecimiento.</p> <p>C) Transparencia y publicidad en los procedimientos y condiciones de otorgamiento de las asignaciones de frecuencias, que permitan el efectivo contralor por parte de los ciudadanos.</p>
<p>México 2014</p>	<p>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México - 2014)</p> <p>Artículo 210. Para la consecución de la cobertura universal, la Secretaría elaborará cada año un programa de cobertura social y un programa de conectividad en sitios públicos.</p> <p>Artículo 211. El objetivo del programa de cobertura social es incrementar la cobertura de las redes y la penetración de los servicios de telecomunicaciones en zonas de atención prioritaria definidas por la Secretaría. Para la elaboración del programa de cobertura social, la Secretaría se coordinará con los gobiernos de las entidades federativas, el Gobierno del Distrito Federal, los municipios y el Instituto. También recibirá y evaluará las propuestas de cualquier interesado por el medio que establezca la Secretaría para tal efecto. La Secretaría definirá los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión que se incluirán en el programa de cobertura social, con prioridad a los servicios de acceso a Internet y servicios de voz, y diseñará y promoverá los incentivos para la participación de los concesionarios en el mismo.</p>
<p>Uruguay 2014</p>	<p>Ley 19.307 Ley de medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual (Uruguay - 2014)</p> <p>Artículo 8: (Alcance y límites de la potestad regulatoria del Estado).- La potestad del Estado de regular los servicios de comunicación audiovisual debe entenderse en el marco de su obligación de garantizar, proteger y promover el derecho a la libertad de expresión en condiciones de igualdad y sin discriminación, así como el derecho de la sociedad a conocer todo tipo de informaciones e ideas. El ejercicio de las facultades del Estado frente a los medios de comunicación debe hacer posible el más amplio, libre e independiente ejercicio de la libertad de expresión y nunca será utilizado como una forma de censura indirecta.</p> <p>Artículo 10. B) No discriminación. Se deberá garantizar igualdad de oportunidades para el acceso de los habitantes de la República a los servicios de comunicación audiovisual, de modo que puedan ejercer su derecho a la información y a la libertad de expresión con las solas exclusiones que esta ley determina con el objeto de sostener el mencionado principio y prevenir prácticas de favorecimiento.</p> <p>Artículo 12: (Acceso universal a la radio y a la televisión).- El Estado debe garantizar el acceso universal, así como el uso de los servicios de radiodifusión abierta y gratuita de radio y televisión como parte de una estrategia integral para lograr el objetivo de asegurar la inclusión social de toda la población y el ejercicio de derechos fundamentales reconocidos en la Constitución de la República. Artículo 35: (Derecho a la accesibilidad a los servicios de comunicación audiovisual).- Las personas con discapacidad, para poder ejercer su derecho a la libertad de expresión y de información en igualdad de oportunidades que las demás personas, tienen derecho a la accesibilidad a los servicios de comunicación audiovisual.</p>



PUNTO 7

Autoridad de aplicación con participación federal y social. Gobernanza de las comunicaciones e Internet.

La regulación de los medios de comunicación es legítima sólo si es implementada por un órgano que se encuentre protegido contra la indebida interferencia política y de otra índole, de conformidad con los estándares internacionales de derechos humanos.

Debe contar con personería jurídica y patrimonio propio, con control parlamentario y representación federal y sectorial en la gestión, incluyendo en su directorio a representantes de los estados provinciales, universidades nacionales y de las organizaciones de trabajadores/as, pueblos originarios, operadores comerciales y entidades del sector comunitario, cooperativo y social, y usuarios. Entenderá en la administración y control del espectro radioeléctrico y en las plataformas y servicios de las TIC, en la promoción de la industria audiovisual nacional y el federalismo en la producción de contenidos.

Los Estados deben garantizar la participación equitativa de todos los actores relevantes para la gobernanza de las comunicaciones e Internet, fomentando la cooperación reforzada entre las autoridades, la academia, la sociedad civil y las organizaciones sociales, la comunidad técnica y el sector privado, entre otros actores, tanto a nivel internacional como nacional.

Comentarios

En 2010, la **Relatoría Especial para la Libertad de Expresión** hizo pública una serie de “Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente”, en la cual expresó que, con el fin de respetar la compatibilidad con la **Convención Americana**, la autoridad de aplicación de la comunicación radiofónica debe cumplir con “una serie de requisitos”. Entre estos se encuentra que la regulación de la comunicación debe estar previamente especificada mediante una ley formal -sancionada por un órgano legislativo tal cual lo establezca la Constitución-, que este organismo sea independiente “tanto de la influencia gubernamental como de los grupos privados vinculados a la radiodifusión pública, privada/comercial o comunitaria” y con un presupuesto “fijo (asegurado por ley) adecuado al mandato del que disponga” (RELE, 2010).

Con respecto a su composición, los estándares establecen que la misma debe ser **colegiada** (con representación de los diversos sectores involucrado) y que los **mecanismos** de representación deben estar sujetos a “**procedimientos claros**, integralmente **públicos, transparentes** y sometidos estrictamente a los imperativos del **debido proceso** y a un estricto **control judicial**”. A su vez, las **decisiones** deben ser **públicas** y tienen que estar acordes a “las normas legales existentes” (*Ibid.*).

Como puede observarse a continuación en el cuadro de legislación comparada, el diseño institucional de la autoridad de aplicación y de los consejos consultivos varía según la normativa. Se destacan los casos en que la composición de los órganos asesores para el diseño de políticas públicas comprende un abanico sectorial mayor, con representación de los variados intereses implicados en la comunicación audiovisual.



Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (Argentina – 2009)

Artículo 14. — Directorio. El directorio estará conformado por un (1) presidente y un (1) director designados por el Poder Ejecutivo nacional; tres (3) directores propuestos por la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual, que serán seleccionados por ésta a propuesta de los bloques parlamentarios, dos (2) directores a propuesta del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual, debiendo uno de ellos ser un académico

Artículo 16. — (Derogado Decreto 267/15)

Integración del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. Los integrantes del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual serán designados por el Poder Ejecutivo nacional, a propuesta de los sectores y jurisdicciones en el número que a continuación se detallan:

- a) Un (1) representante de cada una de las provincias y del gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Dicha representación se corresponderá con la máxima autoridad política provincial en la materia;
- b) Tres (3) representantes por las entidades que agrupen a los prestadores privados de carácter comercial;
- c) Tres (3) representantes por las entidades que agrupen a los prestadores sin fines de lucro;
- d) Un (1) representante de las emisoras de las universidades nacionales;
- e) Un (1) representante de las universidades nacionales que tengan facultades o carreras de comunicación;
- f) Un (1) representante de los medios públicos de todos los ámbitos y jurisdicciones;
- g) Tres (3) representantes de las entidades sindicales de los trabajadores de los medios de comunicación;
- h) Un (1) representante de las sociedades gestoras de derechos;
- i) Un (1) representante por los Pueblos Originarios reconocidos ante el Instituto Nacional de Asuntos Indígenas (INAI).

Los representantes designados durarán dos (2) años en su función, se desempeñarán en forma honoraria y podrán ser sustituidos o removidos por el Poder Ejecutivo nacional a solicitud expresa de la misma entidad que los propuso. De entre sus miembros elegirán un (1) presidente y un (1) vicepresidente, cargos que durarán dos (2) años pudiendo ser reelegidos, en caso de que sean designados nuevamente.

(...)

Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual

Artículo 18. — Comisión Bicameral. La Comisión Bicameral se integrará por ocho (8) senadores y ocho (8) diputados nacionales, según resolución de cada Cámara. Dictará su propio reglamento.

<p>Ley de Radio y Televisión 28.278 (Perú - 2004)</p>	<p>Ley de Radiodifusión Comunitaria 18.232 (Uruguay - 2007)</p>
<p>Artículo 54.- Composición del Consejo Consultivo de Radio y Televisión El Consejo Consultivo de Radio y Televisión - CONCORTV, es un órgano adscrito al Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Es conformado de la siguiente manera: a) Un representante del Consejo de la Prensa Peruana; b) Un representante del Ministerio de Transpor-</p>	<p>Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria Artículo 14. (Participación ciudadana).- El Poder Ejecutivo deberá establecer mecanismos que garanticen la participación ciudadana en la aplicación de la normativa sobre radiodifusión comunitaria y en la elaboración, decisión, implementación y seguimiento de las políticas hacia el sector.</p>



- tes y Comunicaciones, sólo con derecho a voz;
- c) Un representante de las Facultades de Comunicación Social y Periodismo elegido por sus Decanos;
 - d) Un representante de los titulares de autorizaciones de servicios de radiodifusión sonora y de televisión comercial;
 - e) Un representante de los titulares de autorizaciones de servicios de radiodifusión sonora y de televisión educativa;
 - f) Un representante del Colegio de Periodistas del Perú;
 - g) Un representante de las asociaciones de consumidores;
 - h) Un representante designado por la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA);
 - i) Un representante del Colegio Profesional de Profesores del Perú;
 - j) Un representante de la Asociación Nacional de Centros.

La designación de los miembros del Consejo Consultivo de Radio y Televisión se formaliza mediante resolución del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, a propuesta de las entidades que lo integran.

El cargo de miembro del Consejo será ejercido ad honórem. Su Presidente es elegido entre sus miembros por un período de dos (2) años, prorrogable. Tiene voto dirimente.

Artículo 55.- Requisitos de los miembros del Consejo Consultivo de Radio y Televisión Los miembros del Consejo Consultivo de Radio y Televisión deben ser personas con idoneidad moral, destacada trayectoria y experiencia profesional, no menor de diez (10) años.

Artículo 58.- Funciones y atribuciones del Consejo Consultivo de Radio y Televisión

Las funciones y atribuciones del Consejo Consultivo de Radio y Televisión respecto a los servicios de radiodifusión, son las siguientes:

- a) Actuar como veedor en los concursos públicos para el otorgamiento de las autorizaciones de los servicios de radiodifusión. En estos casos no emite opinión sobre el fondo de la cuestión.
- b) Establecer y administrar un sistema de otorgamiento anual de premios y reconocimientos a las

Artículo 15. (Creación del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria).-

Créase un Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria que actuará en forma independiente y en la órbita administrativa de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC), el cual será consultado preceptivamente para la elaboración del reglamento de esta ley, los pliegos y mecanismos de asignación de frecuencias y la consideración de las solicitudes presentadas, entre otras.

Artículo 16. (Integración).-

El Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria estará integrado por nueve miembros honorarios: un representante del Ministerio de Industria, Energía y Minería que lo presidirá, un representante del Ministerio de Educación y Cultura, un miembro no Legislador designado por la Asamblea General, dos representantes de los medios de radiodifusión comunitarios, un representante de la Universidad de la República, un representante rotativo de las Universidades privadas reconocidas por el Ministerio de Educación y Cultura que posean las carreras de Comunicación y dos representantes de las organizaciones no gubernamentales que tengan como finalidad el estudio, promoción y defensa de la libertad de expresión.

Artículo 17. (Cometidos).-

El Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria tendrá como cometidos:

- A) Participar en la elaboración de la reglamentación de la presente ley y de los pliegos y procedimientos para la asignación de frecuencias del servicio de radiodifusión comunitaria.
- B) Determinar las pautas para la evaluación de los criterios de selección, en consideración a los requisitos previstos en el artículo 8° de la presente ley.
- C) Emitir opinión en todos los trámites de asignación de frecuencias del servicio de radiodifusión comunitaria, en relación con todos los aspectos de la solicitud de que trate y su conformidad o no con las finalidades del servicio de radiodifusión comunitaria (inciso primero del artículo 4° de la presente ley).
- D) Convocar, junto a la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC), las audiencias públicas previstas en la presente ley y presidirlas.



<p>personas naturales y jurídicas que contribuyan al desarrollo integral y cultural del país, mediante su trabajo en la radiodifusión. El sistema de premios no supone la existencia de condicionamientos respecto al contenido de la programación.</p> <p>c) Propiciar investigaciones académicas que promuevan el mejoramiento de la radiodifusión.</p> <p>d) Apoyar iniciativas con fines académicos, destinadas a la preservación y archivo de los programas de producción nacional, transmitidos por los servicios de radiodifusión.</p> <p>e) Emitir opinión no vinculante, dentro del procedimiento administrativo sancionador.</p> <p>f) Proponer al Ministerio de Transportes y Comunicaciones la celebración de convenios nacionales e internacionales que permitan el desarrollo de la radiodifusión.</p> <p>g) Participar en las Audiencias Públicas que organice el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.</p> <p>h) Participar en la elaboración del Plan Nacional de Asignación de Frecuencias.</p>	<p>E) Garantizar la publicidad y el acceso de cualquier persona a conocer las actuaciones que se substancien en los procedimientos de asignación de frecuencias de servicio de radiodifusión comunitaria.</p> <p>F) Determinar los medios idóneos para la difusión y publicidad de la solicitud de asignación.</p> <p>G) Emitir opinión en todos los procedimientos de contralor realizados por la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) que tengan por objeto determinar si el servicio brindado cumple o ha cumplido con sus compromisos y la finalidad del servicio de radiodifusión comunitaria (artículos 7°, 8°, 10, 12, 13 y 20 de la presente ley).</p>
---	--

<p>México</p> <p>2014 - 2017</p>	<p>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. México 2014-2017.</p> <p>Artículo 7. El Instituto es un órgano público autónomo, independiente en sus decisiones y funcionamiento, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión en el ámbito de las atribuciones que le confieren la Constitución y en los términos que fijan esta Ley y demás disposiciones legales aplicables.</p> <p>El Instituto tiene a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, los recursos orbitales, los servicios satelitales, las redes públicas de telecomunicaciones y la prestación de los servicios de radiodifusión y de telecomunicaciones, así como del acceso a la infraestructura activa y pasiva y otros insumos esenciales, sin perjuicio de las atribuciones que corresponden a otras autoridades en los términos de la legislación correspondiente.</p> <p>Asimismo, el Instituto es la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que establecen el artículo 28 de la Constitución, esta Ley y la Ley Federal de Competencia Económica.</p> <p>El Instituto es la autoridad en materia de lineamientos técnicos relativos a la infraestructura y los equipos que se conecten a las redes de telecomunicaciones, así como en materia de homologación y evaluación de la conformidad de dicha infraestructura y equipos. Los funcionarios del Instituto deberán guiarse por los principios de autonomía, legalidad, objetividad, imparcialidad, certeza, eficiencia, eficacia, transparencia y rendición de cuentas. Desempeñarán su función con autonomía y probidad.</p>
--	--



<p>México 2014 - 2017</p>	<p>Artículo 34. El Instituto contará con un Consejo Consultivo de quince miembros honorarios, incluido su presidente, encargado de fungir como órgano asesor respecto de los principios establecidos en los artículos 2º., 6º. y 7º. de la Constitución. Los miembros del Consejo Consultivo deberán ser especialistas de reconocido prestigio en las materias competencia del Instituto. Se garantizará que dicho Consejo cuente con al menos una persona con experiencia y conocimientos en concesiones de uso social. Los miembros del Consejo Consultivo serán nombrados por el Pleno del Instituto. Durarán en su encargo un año, el cual podrá prorrogarse por períodos similares, indefinidamente. Los miembros del Consejo Consultivo elegirán a su presidente por mayoría de votos, quien durará en su encargo un año y podrá ser reelecto. El estatuto orgánico determinará los requisitos y procedimientos para nombrar al servidor público del Instituto que fungirá como secretario del Consejo Consultivo. Las propuestas y opiniones del Consejo Consultivo serán comunicadas al Pleno en los términos que determine el estatuto orgánico. En ningún caso serán vinculantes. El comisionado presidente del Instituto dotará de las instalaciones y elementos indispensables para el desarrollo de las reuniones del Consejo Consultivo. La participación en el Consejo Consultivo será personalísima y no podrá llevarse a cabo mediante representantes.</p>
<p>Chile 2014</p>	<p>Ley 20.750. Permite la introducción de la televisión digital terrestre.</p> <p>Artículo 1º.- El Consejo Nacional de Televisión, en adelante “el Consejo”, es la institución autónoma de rango constitucional creada por el inciso sexto del numeral 12 del artículo 19 de la Constitución Política de la República, cuya misión es velar por el correcto funcionamiento de todos los servicios de televisión que operan, u operen a futuro, en el territorio nacional. Estará dotado de personalidad jurídica y de patrimonio propio, y se relacionará con el Presidente de la República por intermedio del Ministerio Secretaría General de Gobierno.”. Al Consejo Nacional de Televisión no le serán aplicables las normas generales o especiales, dictadas o que se dicten para regular a la Administración del Estado, tanto centralizada como descentralizada, salvo lo dispuesto en el decreto ley N° 1.263, de 1975, y en la ley de Transparencia de la Función Pública y de Acceso a la Información de la Administración del Estado, aprobada por el artículo primero de la ley N° 20.285, y en el Título VI de la presente ley.</p>

<p>Ley 19.307 Ley de medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual (Uruguay - 2014)</p>	<p>Ley 1507 por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones (Colombia - 2012)</p>
<p>Artículo 66: Consejo de Comunicación Audiovisual).- Créase como órgano desconcentrado del Poder Ejecutivo, sin perjuicio de su capacidad de avocación, el Consejo de Comunicación Audiovisual, que será responsable de la aplicación, fiscalización y cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y su reglamentación en todo lo que no</p>	<p>Artículo 2º. Creación, naturaleza, objeto y domicilio de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV). créase la Autoridad Nacional de Televisión en adelante ANTV, como una Agencia Nacional Estatal de Naturaleza Especial, del Orden Nacional, con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial, presupuestal y técnica, la</p>



se encuentre bajo la competencia del Poder Ejecutivo o de la Ursec.

Artículo 67: (Finalidad).-

Actúa en función del interés general, protege y promueve el ejercicio del derecho a la libertad de expresión, derecho a la información y los derechos culturales de todas las personas y de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de conformidad con los marcos legales vigentes.

Artículo 79: (Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual (Chasca)).-

Créase la Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual que actuará en forma independiente y en la órbita administrativa del Consejo de Comunicación Audiovisual. Será consultada preceptivamente para la elaboración del reglamento de la presente ley, los pliegos y procedimientos de otorgamiento de autorizaciones y licencias y la consideración de las solicitudes presentadas, así como en los casos en que el Poder Ejecutivo o el Consejo de Comunicación Audiovisual lo estimen pertinente. Adicionalmente, la Comisión podrá generar asesoramientos no vinculantes en todos los temas referidos a la presente ley.

cual formará parte del sector de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones. La ANTV estará conformada por una Junta Nacional de Televisión, que será apoyada financieramente por el Fondo para el Desarrollo de la Televisión - FONTV- de que trata el artículo 16° de la presente ley. El objeto de la ANTV es brindar las herramientas para la ejecución de los planes y programas de la prestación del servicio público de televisión, con el fin de velar por el acceso a la televisión, garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, la competencia y la eficiencia en la prestación del servicio, así como evitar las prácticas monopolísticas en su operación y explotación, en los términos de la Constitución y la ley. La ANTV será el principal interlocutor con los usuarios del servicio de televisión y la opinión pública en relación con la difusión, protección y defensa de los intereses de los televidentes y dirigirá su actividad dentro del marco jurídico, democrático y participativo que garantiza el orden político, económico y social de la Nación.

Artículo 4°. Composición de la JUNTA NACIONAL de Televisión. La ANTV tendrá una Junta Nacional de Televisión integrada por cinco (5) miembros, no reelegibles, así:

- a) El Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, o el Viceministro delegado.
- b) Un representante designado por el Presidente de la República.
- c) Un representante de los gobernadores del país.
- d) Un representante de las universidades públicas y privadas legalmente constituidas y reconocidas por el Ministerio de Educación Nacional, acreditadas en alta calidad conforme a la publicación anual del SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior), con personería jurídica vigente, que tengan por lo menos uno de los siguientes programas: derecho, comunicación social, periodismo, psicología, sociología, economía, educación, negocios internacionales, administración financiera, pública o de empresas; ingeniería de telecomunicaciones, eléctrica, electrónica, mecatrónica, financiera, civil, de sistemas o mecánica; cine y televisión. Las universidades señaladas, además, deberán tener programas de maestría y/o doctorados en áreas afines con las funciones a desarrollar.
- e) Un representante de la sociedad civil.



PUNTO 8

Distribución justa de la publicidad privada y pública.

Es obligación del Estado poner en marcha las regulaciones necesarias para una distribución justa de la publicidad, tanto estatal como privada, para que contribuya a la existencia y desarrollo pleno de la pluralidad de medios en todos los formatos. Deben establecerse cuotas de distribución con carácter federal y hacia los medios comunitarios, de cooperativas, mutuales, sindicales, PyMEs con arraigo local, etcétera. En cuanto a la publicidad estatal, en todas las jurisdicciones, se deben establecer por ley u ordenanza mecanismos que impidan la distribución arbitraria y discriminatoria como mecanismo de censura indirecta. Su distribución debe respetar criterios equitativos y transparentes, orientados al público objetivo de cada campaña, evitando la discriminación por línea editorial o informativa, ubicación geográfica, cuestiones partidarias o tipo de prescriptor. Deberán excluirse las señales y plataformas extranjeras que no tengan contenidos de producción nacional de la posibilidad de difusión de publicidad de cualquier origen. Se deberá diferenciar la publicidad de los mecanismos directos o indirectos de subsidios al pluralismo, tales como el acceso a créditos oficiales y regímenes impositivos especiales.

Comentarios

La Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2000) señaló en sus principios de Libertad de Expresión que:

“la utilización del poder del Estado y los recursos de la hacienda pública; la concesión de prebendas arancelarias; la asignación **arbitraria y discriminatoria** de publicidad oficial y créditos oficiales; el otorgamiento de frecuencias de ra-

dio y televisión, entre otros, con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente **prohibidos por la ley**. Los medios de comunicación social tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Presiones directas o indirectas dirigidas a silenciar la labor informativa de los comunicadores sociales son incompatibles con la libertad de expresión” (principio 13).

Asimismo, existen en el marco del **Sistema Interamericano** principios rectores para el tratamiento, sanción y aplicación de legislación específica en materia de publicidad oficial (CIDH, 2012).

El primero establece que deben existir “**leyes especiales, claras y precisas**”, para evitar un tipo de utilización “arbitraria” de los recursos estatales que redunde en la afectación a la libertad de expresión, lo cual se debe concretar a través de la definición de la publicidad oficial en tanto “toda comunicación, anuncio, o espacio solventado con fondos públicos, en cualquier medio de comunicación y en cualquier soporte”. De este modo, la normativa debería contemplar a todos los poderes estatales, así como también a aquellos “organismos descentralizados, entes autárquicos, sociedades comerciales con capitales estatales, y cualquier otra persona jurídica que publicite con dineros provenientes del erario público, como las empresas estatales” (*Ibid.*).

El séptimo principio postula el deber de existencia de “**objetivos legítimos de la publicidad oficial**”, entendiendo a estos como la intención del Estado y del resto de los organismos y entidades mencionados, de informar a la población acerca de “los servicios que prestan y las políticas públicas que impulsan”, y no de utilizar las políticas de comunicación estatal “con fines discriminatorios, para violar los derechos



humanos de los ciudadanos, o con fines electorales o partidarios” (*Ibid.*). A lo que podría agregarse también, la **obligación de ejercer una discriminación positiva** para satisfacer el derecho a la comunicación aquellos grupos vulnerables que requieren de la información para ejercer sus derechos fundamentales.

En cuanto al tercer principio, el mismo establece los **“criterios de distribución de la pauta estatal”**, y define en este sentido que no se la puede utilizar para premiar o castigar a un determinado medio según su línea editorial. Y, en este sentido, establece como un “criterio preponderante” que los Estados tengan la obligación de “considerar a la audiencia o público objetivo” de la información a difundir o de la campaña publicitaria prevista para comunicar (*Ibid.*). Este punto determina también que los **“medios pequeños, comunitarios y locales” no deben ser discriminados** en el otorgamiento de la pauta oficial (*Ibid.*).

El cuarto principio establece que debe existir una **“planificación adecuada”** por parte de cada organismo o institución, de modo que la previsibilidad en la utilización de los recursos desaliente políticas circunstanciales y discrecionales.

El siguiente refiere a los **“mecanismos de contratación”**, para que los Estados y sus entidades contraten “espacios en los medios de comunicación a través de procedimientos preestablecidos que impidan decisiones arbitrarias”. Y que sea de conocimiento público “el circuito de contratación” de la publicidad oficial. Asimismo, la previsibilidad de las contrataciones debe, a su vez, “ser lo suficientemente flexible” con el fin de poder “responder a las distintas situaciones que requieran de una reacción rápida en términos de comunicación por parte de los Estados”. Permitiendo de este modo las contrataciones directas solamente “en casos de emergencia y extrema urgencia, supuestos que deberían encontrarse

delimitados en la norma de aplicación para evitar su utilización abusiva” (*Ibid.*).

En cuanto a la “transparencia” y al “acceso a la información”, el sexto principio postula que debe asegurarse en dos sentidos, por un lado, a través de la **publicación de información proactiva** o de oficio con respecto a los **“criterios de contratación**, motivos de asignación, presupuestos, gastos y contratos publicitarios, incluyendo los montos de publicidad discriminados por medios, campañas publicitarias y organismos contratantes”, y, por otro, en la respuesta efectiva de cada pedido de acceso a la información, realizado sobre este tipo de inversiones, de un modo “fácil” para el requirente (*Ibid.*). Vale destacar que esta última noción se refiere a que más allá de la necesidad de no complejizar los mecanismos de solicitud de los pedidos de información, esta debe ser brindada en un formato accesible para el público en general.

El siguiente determina un “control externo de la asignación publicitaria”, mediante la auditoría de órganos autónomos al poder/entidades controlados, para lograr un “monitoreo exhaustivo de la asignación de publicidad oficial” (*Ibid.*).

Mientras que el último principio establece que los Estados deben diferenciar sus acciones de fomento **“a la diversidad y el pluralismo de medios”** a través de mecanismos de ayudas indirectas o subsidios explícitos y neutros” de aquellos gastos realizados en publicidad oficial (*Ibid.*).

Si bien se ha realizado una distinción entre subsidios para la sostenibilidad y lo que se entiende como publicidad oficial, se puede mencionar de todos modos que la suspensión repentina de la pauta puede actuar como un factor decisivo para la vitalidad de un medio.

En Argentina, se encuentra en tratamiento en el Congreso, desde mediados de 2016, un proyecto



de ley que tiene como fin de regular los criterios de contratación para la difusión de la publicidad oficial. La propuesta legislativa tuvo media san-

ción en Senadores en el mes de noviembre y hacia mediados de 2017 todavía se encontraba en discusión en Diputados.

<p style="text-align: center;">Argentina</p> <p style="text-align: center;">2016</p>	<p style="text-align: center;">Proyecto de Ley de Publicidad Oficial con media sanción en el Senado</p> <p>Artículo 1°.- Objeto.La presente ley tiene por objeto la fijación de criterios de asignación y la regulación de la publicidad oficial del Sector Público Nacional.</p> <p>Artículo 2°.- Definición. Se considera publicidad oficial a toda forma de comunicación, anuncio o campaña institucional, de carácter oneroso, gratuito o cedido por imperio legal, efectuada a través de cualquier medio de comunicación y/o soporte existente o que en el futuro se cree, por los organismos enumerados por el artículo 8° de la ley 24.156, el Banco de la Nación Argentina y sus empresas vinculadas, para difundir acciones o informaciones de interés público.(...)</p> <p>Artículo 13.- Criterios de Asignación. Las partidas de publicidad oficial deben ser asignadas a los medios de comunicación y/o soportes, productoras de contenidos y/o comercializadoras de espacios publicitarios, por campaña y utilizando los siguientes criterios objetivos:</p> <p>a) Alcance del medio de comunicación y/o soporte.En función de su circulación o audiencia, para cuya determinación se tendrán en cuenta los indicadores de referencia en cada mercado y los registros que el proveedor certifique mediante declaración jurada.</p> <p>b) Pertinencia del mensaje.En función de la especialización del medio de comunicación y/o soporte y en relación a la audiencia o público objetivo del mensaje.</p> <p>c) Zona geográfica. En función de que los medios de comunicación y/o soportes posean una comprobable cobertura de una determinada zona o región geográfica en la cual se encuentre circunscripta la audiencia o público objetivo del mensaje.</p> <p>d) Fomento del federalismo y de la pluralidad de voces</p> <p style="padding-left: 20px;">I. En función de la necesaria difusión del mensaje en cada provincia abarcando todo el territorio nacional.</p> <p style="padding-left: 20px;">II. En función de aquellos medios de comunicación y/o soportes, productoras de contenidos y/o comercializadoras de espacios publicitarios, incluyendo, entre otros:</p> <p style="padding-left: 40px;">i. Medios de comunicación de universidades nacionales;</p> <p style="padding-left: 40px;">ii. Medios de comunicación comunitarios;</p> <p style="padding-left: 40px;">iii. Medios de comunicación de organizaciones reconocidas de pueblos originarios;</p> <p style="padding-left: 40px;">iv. Medios de comunicación de cooperativas y</p> <p style="padding-left: 40px;">v. Pequeños Medios de comunicación comerciales.</p>
<p style="text-align: center;">Perú</p> <p style="text-align: center;">2004</p>	<p style="text-align: center;">Ley de Radio y Televisión 28.278</p> <p>Artículo 49.- Publicidad estatal equitativa. El Estado, en la contratación de servicios de publicidad, se sujeta a la Ley de Adquisiciones del Estado, las normas del sector público y actúa con criterio de equidad, transparencia y descentralización.</p> <p>Artículo 50.- Difusión de la publicidad. El Gobierno Nacional, los Gobiernos Regionales y Locales y demás dependencias del Estado, publicarán en el portal del Estado Peruano y en su página web institucional, los contratos con los medios de comunicación, las tarifas a las que están sujetos, la duración de los espacios contratados, los criterios de selección y demás elementos complementarios.</p>



<p>Perú</p> <p>2004</p>	<p>Artículo 51.- Remisión trimestral a la Comisión de Presupuesto y Cuenta General de la República del Congreso de la República. La Presidencia del Consejo de Ministros, los organismos autónomos, los Gobiernos Regionales, y los Gobiernos Locales, remiten trimestralmente a la Comisión de Presupuesto y Cuenta General de la República del Congreso de la República la información desagregada y consolidada sobre los contratos y gastos referidos a publicidad estatal, dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada trimestre. A fin de supervisar el cumplimiento de lo dispuesto en este Título, los titulares de servicios de radiodifusión que hayan transmitido avisos de publicidad estatal, deben remitir la información pertinente a la Presidencia del Consejo de Ministros en la primera semana del mes inmediato siguiente a su difusión.</p> <p>Artículo 52.- Asignación de publicidad estatal. Las dependencias del Gobierno Nacional, Regional y Local deben preferentemente contratar avisos publicitarios en programas cuyos contenidos contribuyan a la elevación del nivel educativo, cultural y moral de la población, así como la identidad nacional.</p> <p>Artículo 53.- Prohibición de publicidad estatal. Luego de publicada la convocatoria a la realización de comicios electorales generales, regionales o municipales, ninguna entidad estatal, con excepción de los organismos que integran el Sistema Electoral, puede contratar aviso publicitario alguno en los servicios de radiodifusión, salvo autorización expresa del Jurado Nacional de Elecciones.</p>
<p>Uruguay</p> <p>2014</p>	<p>Ley 19.307 Ley de medios. Regulación de la prestación de servicios de radio,televisión y otros servicios de comunicación audiovisual</p> <p>Artículo 142: (Del acceso gratuito a la publicidad electoral).- Declárase de interés nacional para el fortalecimiento del sistema democrático republicano el otorgamiento de publicidad gratuita en los servicios de radio y televisión abierta, los servicios de televisión para abonados en sus señales propias y las señales de televisión establecidas en Uruguay que sean difundidas o distribuidas por servicios para abonados con licencia para actuar en nuestro país. Los servicios referidos, sin perjuicio de lo dispuesto por la Ley N° 17.045, de 14 de diciembre de 1998, otorgarán espacios gratuitos en las campañas electorales.</p>



PUNTO 9

Propiedad diversificada.

Para asegurar el pluralismo y la diversidad, así como adecuadas condiciones de competencia económica, es necesario mantener los estándares internacionales que regulan la propiedad cruzada y las posiciones dominantes en el mercado. Los servicios serán prestados armónicamente por operadores de gestión privada comercial, de gestión privada sin fines de lucro, comunitarios y públicos estatales y no estatales, de pueblos originarios, así como formas asociativas mixtas públicas y privadas. La legislación deberá preservar el patrimonio nacional mediante la mayoría accionaria del Estado en empresas esenciales para brindar servicios de comunicación, así como evitar que -salvo en el caso de los medios públicos estatales- la concentración de la propiedad en manos de un mismo titular supere el 35% del mercado nacional, o que la suma de soportes en el plano local implique el control del mercado local.

Comentarios

El reconocimiento normativo del sector sin fines de lucro puede darse a través de normas específicas o bien por su incorporación en la legislación que regula a los servicios de comunicación en general. En caso de que no se presentara ninguna de estas dos situaciones, lo que termina sucediendo, tal como sostiene la UNESCO (2008), es que “los medios comunitarios sin fines de lucro se ven obligados a operar dentro del marco jurídico de los medios particulares, sometidos a las fuerzas del mercado”.

Esto impacta negativamente en la libertad expresión de las voces disonantes con respecto al discurso construido por los grandes medios de comunicación. El organismo mencionado tam-

bién destaca en sus **Indicadores de Desarrollo Mediático** las medidas estatales en materia audiovisual que promueven la existencia de medios pluralistas, entre las que se encuentran:

- Regulaciones eficaces para impedir la **indebida concentración** de la propiedad y promover la pluralidad
- Legislaciones específicas sobre la **propiedad cruzada** dentro de los medios y entre la radio/televisión y otros sectores mediáticos para impedir la dominación del mercado
- Regulaciones que reconozcan la **distinción** entre los **actores pequeños** y **grandes** en el mercado mediático
- Disposiciones de **transparencia** y **divulgación** para las empresas mediáticas con relación a la propiedad, las inversiones y las fuentes de ingresos
- **Trámites de licencias** para asignar las frecuencias que promuevan la **diversidad de propiedad y del contenido** de la programación de los medios
- Cumplimiento con las **normas internacionales**
- **Autoridades responsables** de ejecutar las leyes anti-monopolios con las atribuciones suficientes.

En Estados Unidos, los principios a los que debe sujetarse la Federal Communications Commission (FCC) -el órgano regulador de las telecomunicaciones- para reglamentar la comunicación son la **diversidad, el localismo y la competencia**. De la misma manera, el regulador en el Reino Unido (la Oficina de Comunicaciones - Ofcom) debe desarrollar reglas de control de la propiedad cruzada para garantizar un grado de pluralidad y permitir, de manera simultánea, que haya suficiente libertad para el crecimiento y la innovación de las empresas.

Estas regulaciones para promover la diversidad, la pluralidad de las fuentes de información y la competencia son consideradas como cimientos para construir una democracia bien informada y una sociedad libre.



En 2003 la Comisión Europea aprobó una Comunicación sobre el futuro de la política reguladora europea en el sector audiovisual, en la que se subraya que la política de regulación del sector debe proteger, tanto ahora como en el futuro, determinados intereses públicos, como **la diversidad cultural**, **el derecho a la información**, **el pluralismo** de los medios de comunicación, la protección de los menores y la protección de los consumidores, así como las medidas a adoptar para aumentar el nivel de conocimiento y de formación del público en materia de medios de comunicación.

PUNTO 10

Licencias locales y nacionales.

Las licencias serán de alcance local cuando se trate de servicios audiovisuales no satelitales, o nacional, cuando se trate de servicios de telecomunicaciones y de tecnologías de la información respectivamente. La prestación de servicios de distribución de contenidos audiovisuales por cualquier medio o plataforma, de manera lineal o a demanda, implicará que parte de los servicios convergentes estarán sujetos a obligaciones en el ámbito local. En estos casos, los titulares deben presentar ante la autoridad competente un proyecto cultural, generar contenidos propios y respetar las cuotas de producción de contenidos. Las licencias podrán transferirse con previa autorización siempre que haya transcurrido un período razonable desde la habilitación del servicio y siempre y cuando sus titulares hayan cumplido con sus obligaciones previas (previsionales, sindicales y con las sociedades gestoras de derechos) y el objetivo sea preservar la actividad del medio. Es requisito para la renovación de cualquier licencia la realización de audiencias públicas.

Comentarios:

La **Ley 26.522** establece en su artículo 4° que la comunicación audiovisual se define en tanto:

“La actividad cultural cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador de un servicio de comunicación audiovisual, o productor de señales o contenidos cuya finalidad es proporcionar programas o contenidos, sobre la base de un horario de programación, con el objeto de informar, entretener o educar al público en general a través de redes de comunicación electrónicas. Comprende la radiodifusión televisiva, hacia receptores fijos, hacia receptores móviles así, como también servicios de radiodifusión sonora, independientemente del soporte utilizado, o por servicio satelital; con o sin suscripción en cualquiera de los casos”.

La explotación de los servicios de comunicación audiovisual se debe realizar mediante la **solicitud de licencias** que son otorgadas por el Estado, a través de asignaciones que “deben estar orientadas por **criterios democráticos y procedimientos preestablecidos, públicos y transparentes**” y en condiciones igualitarias “para todas las personas y sectores interesados”, de modo que se promuevan oportunidades “para que los tres sectores de la radiodifusión [el público y el privado con y sin fines de lucro] puedan acceder a las licencias en condiciones equitativas” (CIDH, 2010).

Cualquier ampliación del tipo de servicios regulados por medio de una ley de la convergencia debe contemplar obligaciones para los licenciatarios con respecto a su propuesta comunicacional, de fomento a la cultura y de compromiso en la prestación de un servicio interés público.

En 2016, mediante la **Directiva 151**, el Parla-



mento y Consejo Europeo⁸, modificaron la **Directiva 13** sancionada en 2010 y establecieron que los Estados miembros de la Comunidad deben garantizar que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual (entre los que se incluye a las plataformas de distribución de videos) “dispongan de un porcentaje mínimo “de obras europeas en su catálogo y garanticen la prominencia de dichas obras”.

Asimismo, determinaron que los mismos Estados podrán exigir a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual bajo su competencia judicial una **contribución financiera a la producción de obras europeas** y que los Estados deben velar para que los proveedores de las plataformas “tomen las medidas adecuadas para

proteger a los menores de los contenidos que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral” y a los adultos de aquellos contenidos

“que inciten a la violencia o al odio dirigidos contra un grupo de personas o un miembro de tal grupo, definido en relación con el sexo, la raza, el color, la religión, la ascendencia o el origen nacional o étnico”.

Para esto se deben establecer mecanismos “que permitan a los usuarios de las plataformas de distribución de vídeos notificar o indicar al proveedor” cuando se trata de alguno de los contenidos mencionados, además de aplicar “sistemas de verificación de la edad” para evitar daños a los niños y niñas.

<p>Argentina</p> <p>2009</p>	<p>Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. (Argentina - 2009)</p> <p>Artículo 23. — Licencias. Las licencias se adjudicarán a las personas incluidas en el artículo 21 inciso b) y a las personas de derecho público no estatales en cuanto no se encuentre previsto en esta ley que corresponde otorgárseles una autorización. Régimen para la adjudicación de licencias y autorizaciones</p> <p>Artículo 32. — Adjudicación de licencias para servicios que utilizan espectro radioeléctrico. Las licencias correspondientes a los servicios de comunicación audiovisual no satelitales que utilicen espectro radioeléctrico, contemplados en esta ley, serán adjudicadas, mediante el régimen de concurso público abierto y permanente. Las licencias para servicios de comunicación audiovisual abierta cuya área primaria de servicios supere los cincuenta (50) kilómetros y que se encuentren localizadas en poblaciones de más de quinientos mil (500.000) habitantes, serán adjudicadas, previo concurso, por el Poder Ejecutivo nacional. Las correspondientes a los restantes servicios de comunicación audiovisual abierta y servicios de comunicación audiovisual por suscripción que utilicen vínculos radioeléctricos no satelitales y que se encuentren planificadas, serán adjudicadas por la autoridad de aplicación. En todos los casos y en forma previa a la adjudicación se requerirá informe técnico de los organismos competentes.</p>
--	--

⁸ En esta normativa la Comunidad Europea definió como servicio de plataforma de distribución de vídeos al que cumple con los siguientes “requisitos”: “i) el servicio consiste en el almacenamiento de una gran cantidad de programas o vídeos generados por los usuarios, cuya responsabilidad editorial no recae sobre el proveedor de la plataforma de distribución de vídeos; ii) la organización de los contenidos almacenados está determinada por

el prestador del servicio, incluso por medios o algoritmos automáticos, en particular mediante el alojamiento, la presentación, el etiquetado y la secuenciación; iii) la finalidad principal del servicio o de una de sus partes disociables es ofrecer programas y vídeos generados por los usuarios al público en general, con objeto de informar, entretener o educar; iv) el servicio se presta a través de redes de comunicaciones electrónicas”.



<p>Argentina</p> <p>2009</p>	<p>Para las convocatorias se deberán adoptar criterios tecnológicos flexibles que permitan la optimización del recurso por aplicación de nuevas tecnologías con el objeto de facilitar la incorporación de nuevos participantes en la actividad.</p> <p>Las frecuencias cuyo concurso establezca el plan técnico que no sean adjudicadas se mantendrán en concurso público, abierto y permanente, debiendo la autoridad de aplicación llamar a nuevo concurso, ante la presentación de un aspirante a prestador del servicio.</p> <p>Cuando un interesado solicite la apertura de un concurso, el llamado deberá realizarse dentro de los sesenta (60) días corridos de presentada la documentación y las formalidades que establezca la reglamentación.</p> <p>Podrá solicitarse la inclusión en el Plan Técnico de toda localización radioeléctrica no prevista en el mismo a petición de parte interesada, si se verifica su factibilidad y compatibilidad técnica con el Plan Técnico. Verificada su factibilidad, deberá llamarse a concurso para la adjudicación de la misma.</p> <p>Artículo 33. — Aprobación de pliegos.</p> <p>Los pliegos de bases y condiciones para la adjudicación de licencias de los servicios previstos en esta ley deberán ser aprobados por la autoridad de aplicación. Los pliegos serán elaborados teniendo en cuenta características diferenciadas según se trate de pliegos para adjudicación de licencias a personas jurídicas según sean éstas con o sin fines de lucro.</p> <p>Artículo 34. Criterios de evaluación de solicitudes y propuestas⁴⁷.</p> <p>Los criterios de evaluación de solicitudes y propuestas para la adjudicación de los servicios de comunicación audiovisual, sin perjuicio de lo dispuesto por los artículos 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, deberán responder a los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La ampliación o, en su defecto, el mantenimiento del pluralismo en la oferta de servicios de comunicación audiovisual y en el conjunto de las fuentes de información, en el ámbito de cobertura del servicio; b) Las garantías para la expresión libre y pluralista de ideas y opiniones en los servicios de comunicación audiovisual cuya responsabilidad editorial y de contenidos vaya a ser asumida por el adjudicatario; c) La satisfacción de los intereses y necesidades de los potenciales usuarios del servicio de comunicación audiovisual, teniendo en cuenta el ámbito de cobertura del servicio, las características del servicio o las señales que se difundirían y, si parte del servicio se va a prestar mediante acceso pagado, la relación más beneficiosa para el abonado entre el precio y las prestaciones ofrecidas, en tanto no ponga en peligro la viabilidad del servicio; d) El impulso, en su caso, al desarrollo de la Sociedad de la Información que aportará el servicio mediante la inclusión de servicios conexos, servicios adicionales interactivos y otras prestaciones asociadas; e) La prestación de facilidades adicionales a las legalmente exigibles para asegurar el acceso al servicio de personas discapacitadas o con especiales necesidades; f) El aporte al desarrollo de la industria de contenidos; g) El desarrollo de determinados contenidos de interés social; h) Los criterios que, además, puedan fijar los pliegos de condiciones.
--	--



Ley de Radiodifusión Comunitaria 18.232 (Uruguay - 2007)	Ley de Radio y Televisión 28.278 (Perú - 2004)
<p>Artículo 7°. (Adjudicación del Poder Ejecutivo).- La asignación del canal respectivo del espectro radioeléctrico para la instalación y operación de estaciones de radiodifusión comunitaria requerirá de resolución del Poder Ejecutivo de conformidad con la reglamentación correspondiente, previo informe técnico de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) y opinión preceptiva del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria. Este último contará con un plazo de sesenta días para pronunciarse. De no hacerlo en el plazo referido se interpretará en términos favorables la solicitud.</p> <p>El principio general para la asignación de frecuencias para servicios de radiodifusión comunitaria será el concurso abierto y público, previa realización de audiencia pública.</p> <p>El proceso de asignación de frecuencia se hará:</p> <p>A) A través de llamados públicos que serán realizados con amplia publicidad y en principio al menos dos veces al año, atendiendo a planes y políticas nacionales de gestión del espectro. Sin perjuicio de lo anterior, ante una solicitud de una entidad interesada y existiendo disponibilidad del espectro radioeléctrico en la localidad, el Poder Ejecutivo no podrá negar la apertura de un llamado a concurso público ampliamente publicitado, en un plazo no mayor de ciento ochenta días desde que fuera substanciada la solicitud.</p> <p>B) Si no hubiera otros interesados, previa audiencia pública y pleno cumplimiento de los requisitos previstos, se asignará a la asociación interesada una frecuencia en las condiciones establecidas en el llamado.</p> <p>El Poder Ejecutivo estará obligado a conceder la asignación de frecuencia de servicio de radiodifusión comunitaria, cuando substanciado el concurso público y abierto, especialmente convocado al efecto, o efectuada una solicitud de interesado en ausencia de concurso, se cuente con opinión favorable del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria y se cumpla con los requisitos y procedimientos exigidos en esta ley y su reglamentación.</p>	<p>Artículo 14.- Habilitación.</p> <p>Para la prestación de los servicios de radiodifusión, en cualquiera de sus modalidades, se requiere contar previamente, con autorización otorgada por el Ministerio. La autorización es la facultad que otorga el Estado a personas naturales o jurídicas para establecer un servicio de radiodifusión. Para la instalación de equipos a ser utilizados por una estación radiodifusora se requiere de un Permiso. El permiso es la facultad que otorga el Estado a personas naturales o jurídicas para instalar en un lugar determinado, equipos de radiodifusión.</p> <p>La operación de una estación radiodifusora requiere de una Licencia. La licencia es la facultad que otorga el Estado a personas naturales o jurídicas para operar una estación de radiodifusión autorizada.</p> <p>Artículo 15.- Plazo de vigencia</p> <p>El plazo máximo de vigencia de la autorización es de diez (10) años, computados a partir de la fecha de notificación de la respectiva resolución y se renueva automáticamente por períodos iguales, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley. Sin perjuicio de la notificación antes indicada, el Ministerio publicará la respectiva resolución de autorización.</p> <p>Artículo 16.- Modalidades de otorgamiento de la autorización</p> <p>Las autorizaciones del servicio de radiodifusión se otorgan a solicitud de parte o por concurso público. El concurso público es obligatorio cuando la cantidad de frecuencias o canales disponibles en una banda es menor al número de solicitudes presentadas. La conducción de los concursos públicos está a cargo del Ministerio, actuando como veedor el Consejo Consultivo de Radio y Televisión.</p> <p>Artículo 22.- Normas para la titularidad de autorizaciones</p> <p>La radio y la televisión no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares. Se considerará acaparamiento para efectos de la presente Ley el que una persona natural o jurídica, sea titular de más del treinta por ciento (30%)</p>



En cada caso y según la modalidad de asignación, los requisitos administrativos y económicos y las características técnicas exigidas serán únicamente las estrictamente necesarias para garantizar su funcionamiento y el más pleno ejercicio de derechos al conjunto de los habitantes de la República.

Artículo 8°. Criterios para la asignación de frecuencias.-

Las asignaciones de frecuencias para servicios de radiodifusión comunitaria tendrán opinión preceptiva por parte del Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria y se otorgarán en consideración a los siguientes criterios:

A) El plan de servicios a la comunidad que pretende brindar el solicitante, en consonancia con los principios que definen al servicio de radiodifusión comunitaria (artículo 4° de la presente ley).

B) Los mecanismos previstos para asegurar la participación ciudadana en la gestión y programación de la emisora.

C) Los antecedentes de trabajo social y comunitario en la zona de cobertura solicitada.

D) Las referencias de personas, organizaciones o instituciones sociales representativas del plan de servicios a la comunidad y de la propuesta de comunicación que se pretende brindar así como la formación en el área de la comunicación.

Artículo 9°. (Plazo).-

Las asignaciones de frecuencias para el servicio de radiodifusión comunitaria serán otorgadas por un plazo de diez años.

Podrán prorrogarse por períodos de cinco años condicionado al cumplimiento de las condiciones de asignación y la celebración de una audiencia pública previa y siempre que no existan limitaciones de espectro confirmado por informes técnicos. En caso contrario, y si hubiere otros interesados, será posible la renovación por cinco años previo concurso en las condiciones fijadas por esta ley y el reglamento respectivo.

Artículo 11. (Intransferibilidad).-

Los titulares originales de frecuencias de radiodifusión

de las frecuencias disponibles técnicamente, asignadas o no, en una misma banda de frecuencia dentro de una misma localidad, para la radiodifusión televisiva y veinte por ciento (20%) para la radiodifusión sonora. Para efectos del cómputo del número de frecuencias, se considera como una sola persona jurídica, a dos o más personas jurídicas que tengan como accionista, asociado, director o gerente común a una misma persona natural o pariente de ésta dentro del segundo grado de consanguinidad.

Artículo 24.- Participación extranjera

Sólo pueden ser titulares de autorizaciones y licencias personas naturales de nacionalidad peruana o personas jurídicas constituidas y domiciliadas en el Perú. La participación de extranjeros en personas jurídicas titulares de autorizaciones y licencias no puede exceder del cuarenta por ciento (40%) del total de las participaciones o de las acciones del capital social, debiendo, además, ser titulares o tener participación o acciones en empresas de radiodifusión en sus países de origen. El extranjero, ni directamente ni a través de una empresa unipersonal, puede ser titular de autorización o licencia.

Artículo 27.- Transferencia de los derechos del titular

Los derechos otorgados para la prestación de un servicio de radiodifusión son transferibles, previa aprobación del Ministerio, siempre que hayan transcurrido al menos dos (2) años contados a partir de la entrada en vigencia de la autorización y no se configuren alguna de las causales establecidas en el artículo 23 de la presente Ley.

Las solicitudes de transferencia deberán ser atendidas en un plazo máximo de noventa (90) días para emitir su pronunciamiento, transcurrido el cual, sin que se haya expedido resolución pronunciándose sobre la solicitud, el peticionario podrá considerarla aprobada. Sin perjuicio del plazo antes mencionado, el Ministerio deberá verificar que los socios, accionistas, asociados, directores, representante legal, gerente o apoderado de la persona jurídica adquirente de la autorización, no incurran en lo dispuesto en el artículo 23 de la presente Ley.

Asimismo requerirá autorización del Ministerio, la afectación de los derechos conferidos para prestar un servicio de radiodifusión, mediante cesión, gravamen, fideicomiso, arrendamiento u otra forma



sión comunitaria no podrán ceder, vender, arrendar o transferir de ninguna forma a terceros los derechos derivados de la asignación. Será absolutamente nulo lo actuado en contra de la presente disposición.

que, directa o indirectamente, conlleven la pérdida efectiva de la capacidad decisoria o del control del titular sobre la autorización otorgada. Esta sólo puede realizarse luego de haber transcurrido por lo menos un año del otorgamiento de la autorización y se resolverá en un plazo de treinta (30) días, transcurrido el cual, el peticionario podrá considerarla aprobada.

Artículo 28.- Transferencia de acciones, participaciones u otras.

La transferencia de acciones o participaciones de las personas naturales y de las personas jurídicas que son accionistas, socios o asociados del titular de un servicio de radiodifusión, serán comunicadas en el plazo de tres (3) días al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, a fin de que califique si ésta incurre o no en los impedimentos y causales regulados en la presente Ley. En caso de impedimento sobreviniente es de aplicación el artículo 25.

Las solicitudes de transferencia deberán ser atendidas en un plazo máximo de treinta (30) días, transcurrido el cual, el peticionario podrá considerarla aprobada. En estos casos es de aplicación lo dispuesto en el último párrafo del artículo precedente.

Artículo 29.- Modificación de los órganos de representación

Los titulares de autorizaciones deben poner en conocimiento del Ministerio los cambios de representantes legales, miembros del Directorio o del Consejo Directivo en su caso, en un plazo máximo de treinta (30) días de producidos, adjuntando copia certificada del acta del acuerdo respectivo.

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México - 2014)

Artículo 66. Se requerirá concesión única para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión.

Artículo 69. Se requerirá concesión única para uso privado, solamente cuando se necesite utilizar o aprovechar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico que

Ley 19.307 Ley de Medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual (Uruguay - 2014)

Artículo 9: (Derecho al uso equitativo de frecuencias radioeléctricas).- El espectro radioeléctrico es un patrimonio común de la humanidad sujeto a administración de los Estados y, por tanto, el acceso equitativo al mismo por parte de toda la sociedad constituye un principio general de su administración. No existirá otra limitación a la utilización del espectro radioeléctrico que la resultante de establecer las garantías para el ejercicio de los derechos de todos los habitantes de la Re-



no sean de uso libre o recursos orbitales, para lo cual se estará a lo dispuesto en el Capítulo III del presente Título.

Artículo 70. Se requerirá concesión única para uso público, solamente cuando se necesite utilizar o aprovechar bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico que no sean de uso libre o recursos orbitales, para lo cual se estará a lo dispuesto en el Capítulo III del presente Título.

Artículo 71. La concesión única a que se refiere esta Ley sólo se otorgará a personas físicas o morales de nacionalidad mexicana. La participación de la inversión extranjera en sociedades concesionarias se permitirá en los términos de la Constitución y la Ley de Inversión Extranjera. Al otorgar las concesiones el Instituto deberá establecer que en la prestación de los servicios se encuentra prohibido establecer privilegios o distinciones que configuren algún tipo de discriminación y tratándose de personas físicas estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

Artículo 110. Sólo las concesiones para uso comercial o privado, esta última con propósitos de comunicación privada, podrán cederse previa autorización del Instituto en los términos previstos en esta Ley. El Instituto podrá autorizar dentro de un plazo de noventa días naturales, contados a partir de la presentación de la solicitud, la cesión parcial o total de los derechos y obligaciones establecidos en las concesiones, siempre que el cesionario se comprometa a cumplir con las obligaciones que se encuentren pendientes y asuma las condiciones que al efecto establezca el Instituto.

pública, lo que define los límites y el carácter de la intervención estatal en su potestad de administrar la asignación y el uso de frecuencias.

Artículo 53: (Limitaciones a la titularidad de servicios de radio y televisión abierta).- Una persona física o jurídica privada no puede ser beneficiada con la titularidad, total o parcial, de más de tres autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión abierta de radio o televisión, ni más de dos para prestar servicios de radiodifusión abierta en la misma banda de frecuencias -amplitud modulada (AM), frecuencia modulada (FM), televisión, en todo el territorio nacional. Se entiende que una persona física o jurídica privada es titular parcialmente de una autorización para prestar servicios de radiodifusión abierta cuando no es el único titular de ella, sino que la comparte con otra u otras personas físicas o jurídicas, a título personal o en forma societaria, o es dueño de acciones o cuotas de una sociedad titular de una autorización de radiodifusión o integra un grupo económico que tiene personas o empresas que son titulares de dichas autorizaciones. Asimismo, se considerará que una persona física o jurídica privada es titular, total o parcialmente, de la autorización para prestar servicios de radiodifusión abierta cuando realice actos relativos a dicha titularidad a través de interpuesta persona. Las nuevas autorizaciones para servicios de radiodifusión de radio abierta en la banda de FM y de televisión abierta de los sectores comercial y comunitario tendrán alcance, a lo sumo, departamental. Para el caso del departamento de Montevideo se considerará el área metropolitana según la define el Instituto Nacional de Estadística. La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (Ursec) velará en su identificación de canales radioeléctricos y parámetros de transmisión por el cumplimiento de este inciso dentro de las posibilidades que brinde la tecnología.

Artículo 54: (Limitaciones a la titularidad de servicios de televisión para abonados).- Una persona física o jurídica privada no puede ser beneficiada con la titularidad total o parcial de más de seis autorizaciones o licencias para prestar servicios de televisión para abonados en el territorio nacional ni más de una autorización o licencia para un mismo o similar ámbito de cobertura local. El número de seis autorizaciones o licencias será reducido a tres en el caso de que una de las autorizaciones o licencias incluya el departamento de Montevideo. Se entiende que una persona física o jurídica privada es titular parcialmente de una autorización o licencia para prestar servicios de televisión para abonados cuando no es el único titular de ella, sino que la comparte con otra u otras personas físicas o jurídicas, a título personal o en forma societaria, o es dueño de acciones de una sociedad titular de una autorización o li-



La autorización previa de la cesión a que se refiere este artículo podrá solicitarse siempre y cuando haya transcurrido un plazo de tres años contados a partir del otorgamiento de la concesión. No se requerirá autorización por parte del Instituto en los casos de cesión de la concesión por fusión de empresas, escisiones o reestructuras corporativas, siempre que dichos actos sean dentro del mismo grupo de control o agente económico. A tal efecto, se deberá notificar la operación al Instituto dentro de los treinta días naturales siguientes a su realización.

En los casos en que la cesión tenga por objeto transferir los derechos y obligaciones establecidos en las concesiones a otro concesionario que preste servicios similares en la misma zona geográfica, el Instituto podrá autorizar la cesión, previo análisis que realice sobre los efectos que dicho acto tenga o pueda tener para la libre competencia y concurrencia en el mercado correspondiente. Si la cesión actualizara la obligación de notificar una concentración conforme a lo previsto en la Ley Federal de Competencia Económica, el Instituto resolverá dentro del plazo previsto para dicho procedimiento, adicionando las consideraciones señaladas en este capítulo.

Las autoridades jurisdiccionales, previamente a adjudicar a cualquier persona la transmisión de los derechos concesionados, deberán solicitar opinión al Instituto respecto del cumplimiento de los requisitos que establece la presente Ley.

Las concesiones de uso público o comercial cuyos titulares sean los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios y los órganos constitucionales autónomos se podrán ceder a entes de carácter público incluso bajo esquemas de asociación público-privado, previa autorización del Instituto.

cencia de televisión o integra un grupo económico que tiene personas físicas o jurídicas que son titulares de dichas autorizaciones o licencias. Asimismo, se considerará que una persona física o jurídica privada es titular, total o parcialmente, de una autorización o licencia para prestar servicios de televisión para abonados cuando realice actos relativos a dicha titularidad a través de interpuesta persona.

Artículo 55: (Limitaciones a la cantidad de suscriptores de servicios de televisión para abonados).- El total de suscriptores de las empresas de televisión para abonados autorizadas en todo el territorio nacional no podrá superar el 25% (veinticinco por ciento) del total de hogares con televisión para abonados de todo el país. El total de suscriptores de las empresas de televisión para abonados autorizadas en todo el territorio nacional no podrá superar el 35% (treinta y cinco por ciento) del total de hogares con televisión para abonados de cada territorio donde existan otras autorizaciones o licencias de menor alcance. En ambos casos el total de hogares con televisión para abonados se determinará conforme a los datos del último censo de población del Instituto Nacional de Estadística.

Artículo 109: Transferencia de la autorización o licencia.- A efectos de transferir, ceder, vender, donar o realizar cualquier otro negocio jurídico que implique, directa o indirectamente, un cambio total o parcial en la titularidad de las autorizaciones o licencias, se requerirá aprobación del Poder Ejecutivo, previo informe del Consejo de Comunicación Audiovisual. (...) Las autorizaciones o licencias originarias no podrán ser transferidas dentro de los primeros cinco años de haber sido otorgadas, ni dentro de los dos años luego de haber sido autorizada su transferencia o renovación. Esta restricción no será de aplicación para el caso de transferencia por fallecimiento.

La realización de una transferencia sin la correspondiente y previa resolución favorable provocará la nulidad absoluta de aquella, sin perjuicio de la aplicación de las sanciones que correspondieren. La comprobación de la realización de cualquier acto que permita que directa o indirectamente la operación, el funcionamiento o la administración del servicio de comunicación audiovisual estén a cargo de persona no autorizada habilitará la revocación de la autorización o licencia otorgada para prestar el servicio. La concesión de uso de espectro radioeléctrico vinculada a un servicio de comunicación audiovisual solo podrá transferirse en forma conjunta con la autorización del servicio de comunicación audiovisual. No está permitido ningún negocio jurídico sobre la concesión de uso de espectro en forma independiente. Los servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública, los universitarios y los comunitarios y otros sin fines de lucro son intransferibles.



PUNTO 11

Contenido nacional, propio, local e independiente.

Cuando se trate de la distribución de contenidos audiovisuales de alcance masivo por cualquier soporte, se deben incluir cuotas de pantalla y difusión de producción nacional, propia, independiente y local. Se debe promover el acceso y la inclusión de contenidos nacionales -de ficción o interés general- en los catálogos o portales cuando se trate de servicios TIC de comercialización de contenidos en territorio argentino. Respecto del consumo de contenidos no lineales por Internet, a través de servicios de pago abonados desde territorio argentino, se debe incorporar a dichas plataformas en el registro y sujeción de cumplimiento de obligaciones fiscales con destino específico a la producción de contenidos nacionales.

Comentarios

En la **Directiva 13** de 2010 del **Parlamento Europeo** que se ha mencionado, se determinó, asimismo, que la legislación europea debe alinearse con la **Convención de la UNESCO Sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales** y que

“las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse como si solo tuviesen un valor comercial”.

En este sentido, la **UNESCO** (2016) destaca la existencia en algunos países de “cuotas mínimas de contenidos elaborados **por productores independientes**”, para “ampliar el acceso de di-

ferentes voces y permitir que el público acceda a una mayor variedad de perspectivas y de talento creativo (es decir, mayor diversidad)”. Y, a la vez, como un mecanismo para “mitigar el impacto negativo de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación, así como estimular el crecimiento de las producciones independientes”. Al mismo tiempo que resalta el caso de la Unión Europea, en donde “todas las teledifusoras, tanto públicas como privadas, deben reservar el 10% de su programación para los productores independientes”.

Al respecto, la **Comisión de Cultura del Parlamento Europeo** aprobó en mayo de 2017 una propuesta que incluye a los servicios a demanda y a las plataformas de video para elevar del 20% al 30 %, las **obras europeas en sus catálogos** (Consejo Europeo, 2017).

En España, la ley de comunicación audiovisual de 2010 ya permite imponer a Netflix o plataformas similares una cuota del 30% de reserva para las obras europeas en su catálogo.

En Francia, además de la cuota de pantalla y/o catálogo, también se extiende el sistema de gravámenes con afectación específica al fomento de la producción nacional, a los proveedores de video a demanda (Ley BOI-TCA-VLV-20140716).

En uno de los países que más han impulsado políticas de fomento a la diversidad cultural, como Canadá, el ente regulador (CBC) pidió la aplicación de un impuesto a Netflix para “subsidiar la producción de programación local”, amenazada por la tienda virtual de contenidos de la corporación norteamericana.

De este modo puede observarse que existen acciones tendientes a la promoción de la diversidad cultural, lo cual requiere de normas que protejan específicamente la producción propia, local e independiente.



<p>Ley 19.307 Ley de Medios. Regulación de la Prestación de Servicios de Radio, Televisión y Otros Servicios de Comunicación Audiovisual (Uruguay- 2014)</p>	<p>Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual (Unión Europea - 2010)</p>	<p>Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE,</p>
<p>Artículo 61: (Promoción de la producción nacional de radio).- Los servicios de radiodifusión de radio abierta, los servicios para abonados en sus señales radiales propias y las señales de radio establecidas en Uruguay que sean difundidas o distribuidas por servicios para abonados con autorización o licencia para actuar en nuestro país deberán emitir al menos 30% (treinta por ciento) de música de origen nacional del total de su programación musical. Esto comprende autores, compositores o intérpretes nacionales, en los diversos géneros musicales existentes. En el caso de radios temáticas musicales, de perfil claramente definido, se deberá instrumentar un programa o programas o selecciones musicales diarios, que cubran dos horas de emisión como mínimo, destinados a la difusión de producciones de músicos nacionales que encuadren dentro del perfil establecido por la emisora. Los mismos deberán ser emitidos entre la hora 8 y la hora 23, sin perjuicio de repetición en otros horarios.</p> <p>Artículo 62: (Promoción del sector de comunicación audiovisual).- Créase en el Inciso 08 “Ministerio de Industria, Energía y Minería”, que lo administrará, el programa “Fondo de Promoción del Sector de Comunicación Audiovisual” con el fin de fomentar y promover el desarrollo de la industria audiovisual. El programa se abrirá con dos proyectos: uno para gastos de funcionamiento y otro para inversión. El Fondo se financiará con los recursos establecidos en los artículos 187 y 188 de la presente ley. La asignación de recursos se realizará mediante concursos públicos, abiertos y transparentes.</p>	<p>Artículo 16: 1. Los Estados miembros velarán, siempre que sea posible y con los medios adecuados, para que los organismos de radiodifusión televisiva reserven para obras europeas, una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión, con exclusión del tiempo dedicado a las informaciones, a manifestaciones deportivas, a juegos, a la publicidad, a los servicios de teletexto y a la televenta. Dicha proporción, habida cuenta de las responsabilidades del organismo de radiodifusión televisiva para con su público en materia de información, de educación, de cultura y de entretenimiento, deberá lograrse progresivamente con arreglo a criterios adecuados.</p> <p>2. Cuando no pueda alcanzarse la proporción definida en el apartado 1, esta no podrá ser inferior a la media comprobada en 1988 en el Estado miembro de que se trate.</p> <p>3. Los Estados miembros comunicarán a la Comisión cada dos años, comenzando a partir del 3 de octubre de 1991, un informe sobre la aplicación del presente artículo y del artículo 17.(...)</p> <p>Artículo 17. Los Estados miembros velarán, siempre que sea posible y con medios apropiados, para que los organismos de radiodifusión televisiva reserven, como mínimo, el 10 % de su tiempo de emisión, exceptuando el tiempo dedicado a la información, a manifestaciones deportivas, a juegos, a publicidad, a servicios de teletexto y a la televenta o, alternativamente, a elección del Estado miembro, el 10 % como mínimo de su presupuesto de programación, a obras europeas de productores independientes de los organismos de radiodifusión televisiva.</p>	<p>Artículo 13. 1. Los Estados miembros velarán por que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición que estén bajo su competencia judicial dispongan de un porcentaje de al menos el 20 % de obras europeas en su catálogo y garanticen la prominencia de dichas obras.</p> <p>2. Los Estados miembros podrán exigir a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual bajo su competencia judicial una contribución financiera a la producción de obras europeas, por ejemplo mediante inversiones directas en contenidos y aportaciones a fondos nacionales. Los Estados miembros podrán exigir la realización de estas contribuciones financieras a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición dirigidos a públicos de sus territorios, pero establecidos en otros Estados miembros. En este caso, las contribuciones financieras se basarán exclusivamente en los ingresos obtenidos en los Estados miembros de recepción. Si el Estado miembro en que está establecido el prestador impone una contribución financiera, deberá tener en cuenta las eventuales contribuciones financieras impuestas por los Estados miembros de recepción. Cualquier contribución financiera deberá ajustarse al Derecho de la Unión, en particular a la normativa sobre ayudas estatales.</p>



<p>Perú 2004</p>	<p>Ley de Radio y Televisión 28.278 (Perú - 2004)</p> <p>Disposiciones complementarias y finales: OCTAVA.- Producción nacional mínima Los titulares de servicios de radiodifusión deberán establecer una producción nacional mínima del treinta por ciento de su programación, en el horario comprendido entre las 05:00 y 24:00 horas, en promedio semanal.</p>
<p>México 2014</p>	<p>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México - 2014)</p> <p>Artículo 286. Cuando el concesionario incumpla lo previsto en el artículo anterior, el Instituto impondrá los límites siguientes: I. A la concentración nacional o regional de bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico destinado a la prestación de servicios de radiodifusión; II. Al otorgamiento de nuevas concesiones de bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas a la prestación de servicios de radiodifusión, o III. A la propiedad cruzada de empresas que controlen varios medios de comunicación que sean concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica.Lo anterior, sin perjuicio de las sanciones que correspondan en los términos de esta Ley.</p> <p>Artículo 287. Para la imposición de los límites a que se refiere el artículo anterior, el Instituto considerará: I. Las restricciones o limitaciones al acceso a la información plural, la existencia de barreras a la entrada de nuevos agentes y los elementos que previsiblemente puedan alterar tanto dichas barreras como la oferta de otros competidores en ese mercado o zona de cobertura; II. La existencia de otros medios de información y su relevancia; III. Las posibilidades de acceso del o de los agentes económicos y sus competidores a insumos esenciales que les permitan ofrecer servicios similares o equivalentes; IV. El comportamiento durante los dos años previos del o los agentes económicos que participan en dicho mercado, y V. Las ganancias en eficiencia que pudieren derivar de la actividad del agente económico que incidan favorablemente en el proceso de competencia y libre concurrencia en ese mercado y zona de cobertura.</p>



PUNTO 12

Enfoque plural e inclusivo en la gestión de medios y producción de contenidos.

Los medios de comunicación, en todas sus formas de gestión y soportes, deben fomentar e incluir en sus producciones la perspectiva de géneros e identidades de género diversas, contemplar el tratamiento de problemáticas socioambientales y promover la inclusión social, el diálogo intercultural, la integración latinoamericana y la diversidad cultural.

Comentarios

El artículo 11 de la **Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea** consagra la libertad y el pluralismo de los medios. En este contexto, entre los objetivos normativos del **pluralismo** se cuentan el mantenimiento de la integridad del proceso democrático y se persigue la mejora, por parte de los ciudadanos, del acceso a la información, la diversidad de opiniones, y la protección de la libertad de expresión (CNTV, 2013).

Es posible distinguir dos esferas en las que debe ser garantizado el pluralismo. El **pluralismo externo** refiere a la diversidad de opiniones a través de una variedad de medios de comunicación; mientras que el **pluralismo interno** se reconoce al interior de un medio u organización cuando, en una cobertura, se ofrece un abanico de opiniones (*Ibíd.*).

Como concepto general, el pluralismo abarca diferentes aspectos, entre los que se distinguen:

“las normas de control de concentraciones a los requisitos de contenidos en sistemas de concesión y de licencias de la radiodifusión; el establecimiento de las libertades editoriales; la independencia y la condición de servicio público de la radiodifusión; la situación profesio-

nal de los periodistas; y la relación entre medios de comunicación y actores políticos” (*Ibíd.*).

En cuanto al ejercicio del pluralismo en los medios, este deberá garantizarse en diferentes aspectos. Por ejemplo, desde una perspectiva de género, se buscará la paridad en el contenido editorial y la representación equitativa y multidimensional, así como la eliminación de los estereotipos (*Ibíd.*).

Respecto de la **diversidad cultural**, los medios deben ofrecer “una amplia gama de puntos de vista y opiniones, y reflejar la diversidad de la población de un país” atendiendo al pluralismo lingüístico y las necesidades de las minorías y reconociendo la diversidad geográfica (*Ibíd.*).

En su Declaración Conjunta sobre Universalidad y el Derecho a la Libertad de Expresión, de 2014, la **Relatoría Especial para la Libertad de Expresión** de la OEA recomendó a los Estados

“realizar acciones concretas y efectivas para modificar o eliminar estereotipos, prácticas y prejuicios nocivos, incluidos valores o prácticas tradicionales o consuetudinarios, que menoscaben la posibilidad de todas las personas y grupos en la sociedad de ejercer el derecho a la libertad de expresión” (RELE, 2014).

En este sentido, en la declaración mencionada se destaca la necesidad de que los medios de comunicación desempeñen un rol positivo “combatiendo la discriminación, los estereotipos, los prejuicios y las actitudes tendenciosas” y aborden temas de relevancia para las minorías, incluyendo darles la posibilidad a sus miembros de expresarse y de ser escuchados (*Ibíd.*). El objetivo a cumplir, por parte de los medios, guarda relación con las acciones que, según la **Relatoría**, deberían llevar a cabo los Estados para combatir “la discriminación histórica, los prejuicios y las actitudes tendenciosas [que] impiden el goce igualitario del derecho a la libertad de expresión por ciertos grupos” (*Ibíd.*).



PUNTO 13

Privacidad de los datos.

Las normas que regulen la actividad deben garantizar que se respete y proteja el derecho a la privacidad, incluso en el contexto de las comunicaciones digitales. También debe haber mecanismos nacionales de supervisión independientes, efectivos y transparentes así como la rendición de cuentas por las actividades de vigilancia de las comunicaciones y la interceptación y recopilación de datos personales que realicen tanto el Estado como particulares.

Comentarios

El advenimiento de Internet ha simplificado y potenciado las comunicaciones y el almacenamiento y sistematización de datos. Sin embargo, según la CIDH (2017), también ha potenciado y simplificado “la habilidad de los **Estados** y particulares de **monitoreo, interceptación y vigilancia** que constituyen serios riesgos a la vida privada de las personas”.

Ha surgido, en este contexto de desarrollo de nuevas tecnologías, la posibilidad de **localizar y rastrear datos personales** en línea, cuya confidencialidad debe ser garantizada para el ejercicio de la protección de la privacidad en internet. La noción de datos personales que se ha adoptado, en general, en América Latina, “incluye cualquier dato propio de personas físicas o jurídicas, identificadas o identificables” (CIDH, 2013) y son los Estados los que deben implementar políticas tendientes a prohibir “el tratamiento de datos, incluido el almacenamiento, análisis, y divulgación de datos personales salvo cuando estén legitimados para hacerlo o exista consentimiento informado de la persona afectada” (CIDH, 2017).

La **Ley 27.078** de Argentina, por ejemplo, se refiere a la inviolabilidad de las comunicaciones en su artículo 5, que establece que

“toda comunicación que se efectúe por medio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), entre las que se incluyen los tradicionales correos postales, el correo electrónico o cualquier otro mecanismo que induzca al usuario a presumir la privacidad del mismo y de los datos de tráfico asociados a ellos, realizadas a través de las redes y servicios de telecomunicaciones, es inviolable”.

Los Estados deben educar a las personas en el conocimiento de sus derechos y de las condiciones legales para “el tratamiento de datos personales, informando cuando hubiera recolección, almacenamiento, tratamiento o divulgación de datos” (*op. cit.*). Deberá, además, prohibirse “el uso de datos personales para fines contrarios a los derechos humanos y establecerse mecanismos de supervisión efectivos e independientes” (OEA, 2015).

En el principio 11 del **Informe Jurídico Interamericano sobre Privacidad y Protección de Datos Personales**, la OEA (2015) destacó que “regular el tratamiento de datos no se limita al ámbito nacional e implica además la necesidad de desarrollar un marco normativo internacional al efecto”.

A su vez, la **Relatoría Especial para la Libertad de Expresión** (2013) ha producido un documento que retoma las observaciones de la Asamblea General de las Naciones Unidas y que se refiere al “**derecho a la privacidad en la era digital**” y en donde se acuerda que los Estados tienen la obligación de respetar y proteger el derecho a la privacidad de conformidad con el derecho internacional de los derechos humanos, en el contexto de las comunicaciones digitales.



En efecto, las autoridades deben abstenerse de hacer intromisiones arbitrarias en la órbita del individuo, su información personal y sus comunicaciones y, de otra parte, deben garantizar que otros actores se abstengan de realizar tales conductas abusivas. Por ejemplo, se debe promover la existencia de espacios en línea **libres de observación o documentación de la actividad e identidad de los ciudadanos**. Esto incluye, la preservación de plataformas anónimas para el intercambio de contenidos y el uso de servicios de autenticación proporcionales.

Este punto está estrechamente ligado a la obligación estatal de crear un ambiente protegido para el ejercicio del derecho a la libertad de expresión, toda vez que la vulneración de la privacidad de las comunicaciones tiene un efecto inhibitorio y afecta el pleno ejercicio del derecho a comunicarse. Cabe destacar, en este sentido, que en el documento mencionado los Estados reconocieron que las prácticas de vigilancia y la interceptación y recopilación ilícita o arbitraria de datos personales no sólo afectan el derecho a la privacidad y a la libertad de expresión sino que también pueden ser contrarios a los preceptos de una sociedad democrática. (OEA, 2015)

PUNTO 14

Neutralidad e interconexión transparente.

La regulación deberá garantizar que el tratamiento de los datos y el tráfico de contenidos personales y privados en Internet no sea objeto de ningún tipo de discriminación en función de factores como dispositivos, contenido, autoría, origen y/o destino del material, servicio o aplicación. Lo que persigue tal principio es que la libertad de las personas usuarias para acceder, elegir, utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación o servicio por medio de Internet no esté condicionada, direccionada o restringida, por medio de bloqueo, filtración, velocidad, precios o interferencias. Los proveedores de servicios de conectividad están obligados a interconectarse en el territorio nacional en condiciones no discriminatorias, transparentes y basadas en criterios objetivos y comunes.

Comentarios

La neutralidad en la red y la gobernanza multisectorial son los componentes transversales de los principios orientadores (acceso en igualdad de condiciones, pluralismo, no discriminación y privacidad) a los que deben adecuarse la labor del Estado, las políticas públicas y la actuación de los particulares en el entorno digital, según la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (CIDH, 2017).

Lo que busca el **principio de neutralidad** es que “la libertad de acceso y elección de los usuarios de utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación o servicio legal por medio de Internet no esté condicionada, direccionada o restringida, por medio de bloqueo, filtración, o interferencia” (CIDH, 2017).

Se trata de un principio de diseño de Internet, por el que “se maximiza la utilidad de las redes, tra-



tando a todos los ‘paquetes de datos’ en forma igualitaria sin distinción alguna” (*Ibid.*). **Argentina, Brasil, Chile y México** se encuentran entre los países que cuentan con leyes que **consagran este principio**, que es reconocido por la Relatoría Especial como “una condición necesaria para ejercer la libertad de expresión en Internet en los términos del artículo 13 de la Convención Americana” (*Ibid.*).

Para asegurar en forma universal el derecho a la libertad de expresión, “los Estados deben adoptar las medidas para garantizar, de manera progresiva, el acceso de todas las personas a internet, además de adoptar medidas para prohibir el bloqueo o la limitación al acceso a internet o a parte de ésta” (*Ibid.*). El acceso a Internet “debe garantizarse universalmente, adoptando medidas para cerrar la brecha digital, promoviendo políticas de desarrollo de infraestructura, y protegiendo en todo momento la calidad e integridad del servicio, estableciendo prohibiciones explícitas en torno a bloqueos arbitrarios, parciales o totales y ralentizaciones” (*Ibid.*).

Como contrapartida de la importancia del acceso para el pleno ejercicio de la libertad de expresión, la falta de éste “incrementa la vulnerabilidad y profundiza la desigualdad, perpetuando la exclusión de muchos” (*Ibid.*) y son los Estados⁹ los que deben “garantizar la conectividad y el acceso universal, ubicuo, equitativo, verdaderamente asequible y de calidad adecuada, a la infraestructura

de Internet y a los servicios de las TIC, en todo el territorio del Estado”, como sostuvo la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (*Ibid.*).

En este sentido, como se ha mencionado, la **Ley 27.078** consagra en su artículo 56: “Neutralidad de red. Se garantiza a cada usuario el derecho a acceder, utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación, servicio o protocolo a través de Internet sin ningún tipo de **restricción, discriminación, distinción, bloqueo, interferencia, entorpecimiento o degradación**”.

Asimismo, una resolución del **Parlamento Europeo**, de marzo de 2014, “sobre la preparación para la plena convergencia del mundo audiovisual” considera por su parte que:

“de conformidad con una Internet basada en el principio del «mayor esfuerzo» y con el acceso y la transmisión no discriminatoria de todos los contenidos audiovisuales, **la neutralidad de la red garantiza una oferta pluralista de información** y una diversidad de opiniones y culturas, de modo que representa un elemento clave análogo al principio «must carry» del mundo mediático convergente; pide a la Comisión, por consiguiente, que garantice, de manera jurídicamente vinculante, el cumplimiento de los principios de neutralidad de Internet, indispensable en el contexto de la convergencia de los medios de comunicación” (apartado 6).

⁹ Para un mayor desarrollo acerca del rol del Estado y las políticas públicas frente a la convergencia y en torno a la regulación del mercado tecnológico consultar en Lázaro (2012).



<p>Argentina</p> <p>2014</p>	<p>Ley 25.078 Argentina Digital (Argentina - 2014). Artículo 1° — Objeto. Declárase de interés público el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las Telecomunicaciones, y sus recursos asociados, estableciendo y garantizando la completa neutralidad de las redes. Su objeto es posibilitar el acceso de la totalidad de los habitantes de la República Argentina a los servicios de la información y las comunicaciones en condiciones sociales y geográficas equitativas, con los más altos parámetros de calidad. Esta norma es de orden público y excluye cualquier tipo de regulación de los contenidos, cualquiera fuere su medio de transmisión. <i>NdR: "Artículo 56. — Neutralidad de red. (ver texto en página 55)"</i></p> <p>Artículo 57. — Neutralidad de red. Prohibiciones. Los prestadores de Servicios de TIC no podrán:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Bloquear, interferir, discriminar, entorpecer, degradar o restringir la utilización, envío, recepción, ofrecimiento o acceso a cualquier contenido, aplicación, servicio o protocolo salvo orden judicial o expresa solicitud del usuario.b) Fijar el precio de acceso a Internet en virtud de los contenidos, servicios, protocolos o aplicaciones que vayan a ser utilizados u ofrecidos a través de los respectivos contratos.c) Limitar arbitrariamente el derecho de un usuario a utilizar cualquier hardware o software para acceder a Internet, siempre que los mismos no dañen o perjudiquen la red.
<p>Brasil</p> <p>2014</p>	<p>Ley 12 965. Marco Civil de Internet. Art. 9º O responsável pela transmissão, comutação ou roteamento tem o dever de tratar de forma isonômica quaisquer pacotes de dados, sem distinção por conteúdo, origem e destino, serviço, terminal ou aplicação. § 1º A discriminação ou degradação do tráfego será regulamentada nos termos das atribuições privativas do Presidente da República previstas no inciso IV do art. 84 da Constituição Federal, para a fiel execução desta Lei, ouvidos o Comitê Gestor da Internet e a Agência Nacional de Telecomunicações, e somente poderá decorrer de: I - requisitos técnicos indispensáveis à prestação adequada dos serviços e aplicações; II - priorização de serviços de emergência.</p> <p>§ 2º Na hipótese de discriminação ou degradação do tráfego prevista no § 1º, o responsável mencionado no caput deve:</p> <ul style="list-style-type: none">I - abster-se de causar dano aos usuários, na forma do art. 927 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil;II - agir com proporcionalidade, transparência e isonomia;III - informar previamente de modo transparente, claro e suficientemente descritivo aos seus usuários sobre as práticas de gerenciamento e mitigação de tráfego adotadas, inclusive as relacionadas à segurança da rede; eIV - oferecer serviços em condições comerciais não discriminatórias e abster-se de praticar condutas anticoncorrenciais. <p>§ 3º Na provisão de conexão à internet, onerosa ou gratuita, bem como na transmissão, comutação ou roteamento, é vedado bloquear, monitorar, filtrar ou analisar o conteúdo dos pacotes de dados, respeitado o disposto neste artigo</p>



<p>Ley 20.453 que consagra el principio de neutralidad en la red para los consumidores y usuarios de internet. (Chile - 2010)”</p>	<p>Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México - 2014)</p>
<p>Artículo 24 H.- Las concesionarias de servicio público de telecomunicaciones que presten servicio a los proveedores de acceso a Internet y también estos últimos; entendiéndose por tales, toda persona natural o jurídica que preste servicios comerciales de conectividad entre los usuarios o sus redes e Internet:</p> <p>a) No podrán arbitrariamente bloquear, interferir, discriminar, entorpecer ni restringir el derecho de cualquier usuario de Internet para utilizar, enviar, recibir u ofrecer cualquier contenido, aplicación o servicio legal a través de Internet, así como cualquier otro tipo de actividad o uso legal realizado a través de la red. En este sentido, deberán ofrecer a cada usuario un servicio de acceso a Internet o de conectividad al proveedor de acceso a Internet, según corresponda, que no distinga arbitrariamente contenidos, aplicaciones o servicios, basados en la fuente de origen o propiedad de éstos, habida cuenta de las distintas configuraciones de la conexión a Internet según el contrato vigente con los usuarios. Con todo, los concesionarios de servicio público de telecomunicaciones y los proveedores de acceso a Internet podrán tomar las medidas o acciones necesarias para la gestión de tráfico y administración de red, en el exclusivo ámbito de la actividad que les ha sido autorizada, siempre que ello no tenga por objeto realizar acciones que afecten o puedan afectar la libre competencia. Los concesionarios y los proveedores procurarán preservar la privacidad de los usuarios, la protección contra virus y la seguridad de la red. Asimismo, podrán bloquear el acceso a determinados contenidos, aplicaciones o servicios, sólo a pedido expreso del usuario, y a sus expensas. En ningún caso, este bloqueo podrá afectar de manera arbitraria a los proveedores de servicios y aplicaciones que se prestan en Internet.</p> <p>b) No podrán limitar el derecho de un usuario a incorporar o utilizar cualquier clase de instrumentos, dispositivos o aparatos en la red, siempre que sean legales y que los mismos no dañen o perjudiquen la red o la calidad del servicio.</p> <p>c) Deberán ofrecer, a expensas de los usuarios que lo soliciten, servicios de controles parentales para</p>	<p>Artículo 124. Los concesionarios que operen redes públicas de telecomunicaciones deberán adoptar diseños de arquitectura abierta de red para garantizar la interconexión e interoperabilidad de sus redes.</p> <p>Artículo 145. Los concesionarios y autorizados que presten el servicio de acceso a Internet deberán sujetarse a los lineamientos de carácter general que al efecto expida el Instituto conforme a lo siguiente:</p> <p>I. Libre elección. Los usuarios de los servicios de acceso a Internet podrán acceder a cualquier contenido, aplicación o servicio ofrecido por los concesionarios o por los autorizados a comercializar, dentro del marco legal aplicable, sin limitar, degradar, restringir o discriminar el acceso a los mismos. No podrán limitar el derecho de los usuarios del servicio de acceso a Internet a incorporar o utilizar cualquier clase de instrumentos, dispositivos o aparatos que se conecten a su red, siempre y cuando éstos se encuentren homologados;</p> <p>II. No discriminación. Los concesionarios y los autorizados a comercializar que presten el servicio de acceso a Internet se abstendrán de obstruir, interferir, inspeccionar, filtrar o discriminar contenidos, aplicaciones o servicio;</p> <p>III. Privacidad. Deberán preservar la privacidad de los usuarios y la seguridad de la red;</p> <p>IV. Transparencia e información. Deberán publicar en su página de Internet la información relativa a las características del servicio ofrecido, incluyendo las políticas de gestión de tráfico y administración de red autorizada por el Instituto, velocidad, calidad, la naturaleza y garantía del servicio;</p> <p>V. Gestión de tráfico. Los concesionarios y autorizados podrán tomar las medidas o acciones necesarias para la gestión de tráfico y administración de red conforme a las políticas autorizadas por el Instituto, a fin de garantizar la calidad o la velocidad de servicio contratada por el usuario, siempre que ello no constituya una práctica contraria a la sana competencia y libre competencia;</p>



contenidos que atenten contra la ley, la moral o las buenas costumbres, siempre y cuando el usuario reciba información por adelantado y de manera clara y precisa respecto del alcance de tales servicios.

d) Deberán publicar en su sitio web, toda la información relativa a las características del acceso a Internet ofrecido, su velocidad, calidad del enlace, diferenciando entre las conexiones nacionales e internacionales, así como la naturaleza y garantías del servicio. El usuario podrá solicitar al concesionario o al proveedor, según lo estime, que le entregue dicha información a su costo, por escrito y dentro de un plazo de 30 días contado desde la solicitud.

VI. Calidad. Deberán preservar los niveles mínimos de calidad que al efecto se establezcan en los lineamientos respectivos, y

VII. Desarrollo sostenido de la infraestructura. En los lineamientos respectivos el Instituto deberá fomentar el crecimiento sostenido de la infraestructura de telecomunicaciones.

PUNTO 15

El acceso a internet es un derecho humano.

Se debe garantizar el acceso universal a los servicios de Internet, en tanto es una capacidad habilitante para la realización efectiva del derecho a buscar, recibir y difundir información en su doble dimensión, individual y colectiva. El Estado nacional debe garantizar el Servicio Universal, entendido como el conjunto de Servicios de TIC que deben prestarse a todos/as los usuarios/as, así como un plan nacional de alfabetización digital que permita el ejercicio de este derecho.

Comentarios

En relación a libertad de expresión e Internet, la **CIDH** (2013) ha destacado que el artículo 13 del Pacto de San José:

“se aplica plenamente a las comunicaciones, ideas e informaciones que se difunden y acceden a través de Internet. El entorno *en línea* no solo ha facilitado que los ciudadanos se expresen libre y abiertamente, sino que también ofrece condiciones inmejorables para la innovación y el ejercicio de otros derechos fundamentales como el derecho a la educación y a la libre asociación. Como lo ha sos-

tenido la **Asamblea General de la OEA**, las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son cruciales para el desarrollo político, económico, social y cultural, así como un factor esencial para la reducción de la pobreza, la creación de empleo, la protección ambiental y para la prevención y mitigación de catástrofes naturales.”

En el mismo documento, la CIDH expresa que la **Relatoría Especial** “considera de particular importancia que las políticas públicas y las regulaciones propendan por que se preserve la arquitectura original de Internet” y que en relación con esto, el consejo de la **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos** “recomienda que los Estados promuevan «la naturaleza abierta, distribuida e interconectada de Internet»”. En este sentido, para la CIDH, “el entorno digital debe adecuarse a unos principios orientadores que informan la labor del Estado, el desarrollo de políticas públicas y la actuación de los particulares”, entre los que menciona “el acceso en igualdad de condiciones, el pluralismo, la no discriminación y la privacidad”.

Al respecto, la **Constitución de los Estados Unidos de México**, en su artículo 6 destaca que:

“El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunica-



ción, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, **incluido el de banda ancha e internet**. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios”.

A su vez, en la **Declaración Conjunta de 2011 sobre Libertad de Expresión e Internet**, los y las Relatores en la materia hicieron referencia al reconocimiento de los Estados de la región del “acceso a Internet y a otras tecnologías de la información y la comunicación como un derecho fundamental dentro de sus ordenamientos jurídicos” y destacaron el caso de la Constitución de Ecuador que sostiene que “[t]odas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: [...] [e]l acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación”, y el de la de México que expresa: “[e]l Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet” (en CIDH: 2013).

PUNTO 16

Acceso a la información pública.

Todas las personas tienen el derecho de acceder y disponer libremente de la información pública y de interés público conforme la Convención Americana sobre Derechos Humanos. El acceso a la información en poder del Estado es un derecho fundamental de todas y cada una de las personas. Los Estados nacional, provincial y municipal están obligados a garantizar su ejercicio sobre los principios de transparencia, interés público y la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales. Este principio sólo admite limitaciones excepcionales que deben estar establecidas previamente por ley formal para el caso que exista un peligro real e inminente que ame-

nace la seguridad nacional en sociedades democráticas. El acceso a la información pública incluye a toda la información disponible respecto de prestadores de servicios audiovisuales y de servicios de TIC, mediante la creación de un registro único, público, federal y de libre acceso.

Comentarios

Este derecho se encuentra reconocido en los Principios de Libertad de Expresión de la **CIDH (2000)**, cuando se establece que: “Toda persona tiene el derecho a acceder a la información sobre sí misma o sus bienes en forma expedita y no onerosa, ya esté contenida en bases de datos, registros públicos o privados y, en el caso de que fuere necesario, actualizarla, rectificarla y/o enmendarla.”

Su importancia radica en que el acceso a la información se **constituye en una dimensión indisoluble de la libertad de expresión** debido a que para poder constituir las propias ideas y opiniones, así como para divulgar informaciones, es necesario conocer lo que sucede en la actualidad y lo que piensan/opinan otros sujetos.

La información que produce y procesa el Estado, y aquella que se encuentra en manos de otros actores vinculados a éste (como empresas/entidades subsidiadas, empresas prestadoras de servicios públicos y empresas con capital accionario estatal), es conocida, por su propia naturaleza, como información pública.

La particularidad que adquiere la **información** como un **bien inmaterial** es que su obtención no es solamente un fin en sí mismo sino que se constituye, a la vez, en el medio para la concreción de otros derechos, adquiriendo así un “**valor instrumental**” (Abramovich y Courtis, 2000). Este derecho tiene una dimensión individual (de modo que cada persona puede ejercer su plan de vida) y



otra colectiva (por medio de la cual los grupos y las comunidades pueden llevar a cabo un “control institucional” y formar parte de los procesos de tomas de decisiones que afectan a los diversos sectores sociales).

En Argentina se encuentra vigente desde fines de 2003 el **Decreto 1172** cuyo anexo VII regula el **acceso a la información pública** en manos de “organismos, entidades, empresas, sociedades, dependencias y todo otro ente que funcione bajo la jurisdicción del Poder Ejecutivo Nacional” y la **Ley 27.275** de Derecho de Acceso a la Información Pública (2016), producto del debate legislativo iniciado por una propuesta del Poder Ejecutivo Nacional a los pocos meses de asumir el gobierno en 2015. Esta última norma alcanza a la administración pública nacional, al Poder Legislativo (y a los órganos que funcionan en su ámbito), al Poder Judicial nacional y al Ministerio Público Fiscal de la Nación. Así como también al Ministerio Público de la Defensa, al Consejo de la Magistratura, al Banco Central, y a las empresas y sociedades del Estado. Además de “las empresas y sociedades en las cuales el Estado nacional tenga una participación minoritaria, pero sólo en lo referido a la participación estatal”, a los “**concesionarios, permisionarios y licenciatarios de servicios públicos o concesionarios permisionarios de uso del dominio público**”, a las “organizaciones empresariales, partidos políticos, sindicatos, universidades y cualquier entidad privada a la que se le hayan otorgado fondos públicos, en lo que se refiera, únicamente, a la información producida total o parcialmente o relacionada con los fondos públicos recibidos”, entre otros actores.

La Coalición por una Comunicación Democrática participó en las discusiones previas a la sanción de la ley que tuvieron lugar en 2016, y planteó, entre otras cuestiones, la obligación estatal de llevar a cabo acciones concretas, para crear y mantener disponible un registro **único, público,**

federal y de libre acceso respecto de prestadores de servicios audiovisuales y de servicios de TIC, que le permita a la ciudadanía acceder a la información sobre los licenciatarios. En consonancia con lo que se encuentra establecido en el artículo 72 inciso “e”¹⁰ de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 y en sintonía con lo que plantea la Directiva 13 del **Parlamento Europeo y del Consejo** de marzo de 2010, la cual sostiene:

“Dadas las características específicas de los servicios de comunicación audiovisual y, en especial, su incidencia en las opiniones de las personas, es esencial que los usuarios sepan exactamente quién es responsable de su contenido. En consecuencia, es importante que los Estados miembros velen por que los usuarios tengan un acceso fácil y directo en todo momento a la información acerca del prestador del servicio de comunicación. Incumbe a los distintos Estados miembros decidir en la práctica cómo se alcanza este objetivo, sin perjuicio de cualquier otra disposición pertinente del ordenamiento jurídico de la Unión.”

En el texto final de la ley la propuesta de la CCD en este sentido no fue contemplada, así como

¹⁰“(i) Los titulares de la licencia o autorización, (ii) Compromisos de programación que justificaron la obtención de la licencia, en su caso, (iii) Integrantes del órgano directivo, (iv) Especificaciones técnicas autorizadas en el acto de otorgamiento de la licencia o autorización, (v) Constancia del número de programas destinados a programación infantil, de interés público, de interés educativo, (vi) La información regularmente enviada a la autoridad de aplicación en cumplimiento de la ley, (vii) Las sanciones que pudiera haber recibido la licenciataria o autorizada, (viii) La(s) pauta(s) de publicidad oficial que recibiera el licenciatario, de todas las jurisdicciones nacionales, provinciales, municipales y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, detallando cada una de ellas. f) Incluir una advertencia cuando se trate de contenidos previamente grabados en los programas periodísticos, de actualidad o con participación del público; g) Poner a disposición del público al menos una vez por día de emisión a través de dispositivos de sobreimpresión en los medios audiovisuales, la identificación y el domicilio del titular de la licencia o autorización”.



tampoco en la reglamentación realizada por el Poder Ejecutivo, a través del Decreto 206 sancionado el 27 de marzo de 2017 y publicado al día siguiente en el Boletín Oficial.

En este escenario adquieren un rol importante las acciones que pudieran ser realizadas desde el organismo de aplicación denominado **Agencia de Acceso a la Información**¹¹ (la cual tiene entre sus funciones “elaborar criterios orientadores e indicadores de mejores prácticas destinados a los

sujetos obligados”), de modo de transparentar el desempeño de los licenciatarios de medios de comunicación audiovisual e internet.

En el mismo sentido resulta relevante el aporte que pudiera hacer el Consejo Federal para la Transparencia, en tanto “organismo interjurisdiccional de carácter permanente” el cual tiene como objeto “la cooperación técnica y la concertación de políticas en materia de transparencia y acceso a la información pública”¹².

**Ley 19.307 LEY DE MEDIOS
Regulación de la Prestación de Servicios
de Radio, Televisión y otros Servicios
de Comunicación Audiovisual
(Uruguay - 2014)**

Artículo 10. C) Transparencia y publicidad en los procedimientos y condiciones de otorgamiento, transferencias y caducidad de las autorizaciones y licencias para prestar servicios de comunicación audiovisual, que permitan el efectivo contralor por parte de los ciudadanos.

**Ley de Radio y Televisión 28.278
(Perú - 2004)**

Artículo 32.- Pautas de transparencia
El Ministerio, a través de su página web, proporcionará información sobre las solicitudes, autorizaciones, renovaciones y concursos públicos para la prestación de servicios de radiodifusión.

**Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión
(México 2014 - 2017)**

Artículo 62. El Instituto estará obligado a implementar, operar y mantener actualizado un sistema informático de administración del espectro, así como a establecer los mecanismos y criterios para hacer público el acceso a la información contenida en las bases de datos correspondientes, en términos de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental.
En el sistema mencionado se incluirá toda la información relativa a la titularidad de las concesiones incluyendo la tecnología, localización y características de las emisiones, así como la relativa al despliegue de la infraestructura instalada y empleada para tales fines.
Los concesionarios se encuentran obligados a entregar al Instituto, en el plazo, formato y medio que para tal efecto se indique, la información referente a dicho uso, aprovechamiento o explotación.

¹¹ Según el artículo 20 de la Ley 27.275, la Agencia de Acceso a la Información Pública debe estar encabezada por un director cuyo mandato durará cinco años “con posibilidad de ser reelegido por una única vez”. Este funcionario debe ser designado por el Poder Ejecutivo nacional “mediante un procedimiento de selección público, abierto y transparente que garantice la idoneidad del candidato”.

¹² Según establece la misma ley, el Consejo Federal para la Transparencia es un organismo colegiado, “integrado por un

(1) representante de cada una de las provincias y un (1) representante de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, que deberán ser los funcionarios de más alto rango en la materia de sus respectivas jurisdicciones”. A su vez “el Consejo Federal para la Transparencia será presidido por el director de la Agencia de Acceso a la Información Pública, quien convocará semestralmente a reuniones en donde se evaluará el grado de avance en materia de transparencia activa y acceso a la información en cada una de las jurisdicciones”.



PUNTO 17

Soberanía en las comunicaciones.

El desarrollo de la ciencia, la industria, y la tecnología nacional de telecomunicaciones, tanto como sus recursos culturales y patrimonio audiovisual constituyen un valor estratégico de la Nación que requieren, conjuntamente, la administración soberana del espectro radioeléctrico. Este debe ser considerado como un recurso intangible, finito y de dominio público, cuya administración, gestión y control es responsabilidad indelegable del Estado nacional. Para la prestación de las facilidades satelitales se dará prioridad al uso de satélites de fabricación argentina. Las redes públicas de fibra óptica, los satélites geoestacionarios de telecomunicaciones en órbita, las posiciones satelitales reservadas a ARSAT por ley, las antenas e instalaciones terrestres y satelitales de la Televisión Digital Abierta deben continuar siendo de propiedad pública e intransferibles, pues operan como garantía de la soberanía comunicacional y de diversificación de la propiedad con pluralismo.

Comentarios

La **Relatoría Especial** considera al espectro radioeléctrico como un bien público limitado “y que sirve como soporte para el ejercicio de la libertad de expresión e información a través de los medios de comunicación audiovisuales” (CIDH, 2015). Por este motivo, el organismo afirma que el derecho público a recibir la máxima diversidad posible de información y de ideas supone que “la regulación sobre radiodifusión contemple reservas del espectro para un sistema de medios de comunicación diverso que pueda representar, en conjunto, la diversidad y plurali-

dad de ideas, opiniones y culturas de una sociedad” (*Ibid.*).

Son varios los países de la región que incorporaron tales reservas en sus legislaciones. El primero de ellos fue Uruguay, que estableció una reserva para medios comunitarios de al menos un tercio “por cada localidad en todas las bandas de frecuencia de uso analógico y digital, tanto para radio como para televisión” (Ley 18.232). A su vez, en la normativa uruguaya específica sobre televisión digital se establece que 7 de las 20 frecuencias disponibles para estos servicios se reservarán para el sector comunitario (Decreto 153/12).

En Argentina, el porcentaje que se reserva para los medios sin fines de lucro es un 33 % de las “localizaciones radioeléctricas planificadas, en todas las bandas de radiodifusión sonora y de televisión terrestres, en todas las áreas de cobertura para personas de existencia ideal sin fines de lucro”, junto con una frecuencia de radio AM, una de radio FM y una de televisión abierta “para los Pueblos Originarios en las localidades donde cada pueblo esté asentado” (Ley 26522).

En Bolivia, la Ley de Telecomunicaciones estableció, por su parte, una reserva del espectro para televisión analógica de hasta un 17 % “para los pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas” (Ley 164, 2011) y de hasta el 17 % para las emisoras social-comunitarias (CIDH, 2015).

Ecuador, a su vez, aprobó en su Ley Orgánica de Comunicación, una reserva del 34 % de las frecuencias radioeléctricas para la “operación de medios comunitarios” (Ley Orgánica de Comunicación) y Chile, reserva, en su ley, “un 40 % de la capacidad espectral disponible una vez emigrados los operadores analógicos para canales de libre recepción regionales, locales y locales



comunitarias”¹³ (CIDH, 2015) o “para aquellas de carácter nacionales o regionales que el Consejo, por resolución, califique como culturales o educativas” (Ley 20750).

En lo que se refiere puntualmente a la industria de la televisión, se presentan como fundamentales las comunicaciones satelitales, al permitir un servicio de *broadcast* en áreas extensas, aumentando, de esta manera, las posibilidades de distribución comercial de los contenidos audiovisuales. A través de las redes de satélites también se brinda conexión a usuarios finales mediante banda ancha satelital (HTS) (Ley 27208, Anexo I, 2015). La mayor parte de estos satélites destinados a las comunicaciones se ubica en la órbita geoestacionaria y para que cumplan su función ocupan distintas posiciones orbitales¹⁴: “que son en sí mismas un recurso natural valiosísimo y escaso” (*Ibid.*).

En el actual contexto de **saturación de la órbita geoestacionaria**, los países se ven obligados a **no perder los derechos** que han obtenido y la defensa de sus posiciones se transforma en una cuestión de Estado, por la importancia fundamental de un recurso natural no renovable como al que se alude. Una de las gestiones más relevantes en esta línea fue la creación de **ARSAT**: empresa de propiedad estatal que se encarga de “vehicular el desarrollo en el país de los satélites geoestacionarios de telecomunicaciones destinados a protegerlas y explotarlas”.

Mediante la sanción de la **Ley 27.078 Argentina Digital** (2014), el desarrollo de las TICs y sus recursos asociados han sido declarados de **interés público** por el Estado, en línea con la **Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (UNESCO)** que destaca que “los Estados tienen el derecho soberano de adoptar medidas y políticas para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en sus respectivos territorios”.

PUNTO 18

Derecho de acceso a contenidos de interés relevante.

Se debe garantizar el derecho de acceso universal a los contenidos informativos de interés relevante tales como acontecimientos deportivos, culturales, científicos, políticos u otro género o especialidad, para lo cual se procurará que el ejercicio de los derechos exclusivos para la retransmisión o emisión televisiva de determinados acontecimientos no perjudique el derecho de la ciudadanía a seguirlos en directo y de manera gratuita, en todo el territorio nacional, sin discriminación de calidad o de cualquier naturaleza. La cesión de los derechos para la retransmisión o emisión no puede limitar o restringir el derecho a la información.

¹³ No obstante, la Ley 20.433 chilena que “crea los servicios de radiodifusión comunitaria ciudadana” (2010) establece limitaciones en la transmisión de las frecuencias comunitarias, lo cual restringe la libertad de expresión: “Artículo 4º.- Los Servicios estarán conformados por una estación de radiodifusión cuya potencia radiada mínima será de 1 watt y máxima de veinticinco watts, con una altura de antena de hasta dieciocho metros. La potencia del transmisor y la que se irradia por antena, deberá garantizar y asegurar un adecuado nivel de servicio y alcance territorial de la señal radiofónica, considerando la zona de servicio concesionada. Excepcionalmente, previa calificación de la Subsecretaría de Telecomunicaciones, y tratándose de localidades fronterizas o apartadas, con población dispersa o con alto índice de ruralidad, la potencia radiada podrá ser de hasta 40 watts. Los antecedentes para esta excepción deberán ser aportados por la solicitante. En el caso de que se busque potenciar las identidades culturales de los pueblos indígenas y de sus lenguas originarias el límite máximo de potencia radiada será de hasta 30 watts. En este último caso se requerirá, además un informe al Ministerio Secretaría General de Gobierno, el que a través de su División de Organizaciones Sociales, determinará si el proyecto cumple con tales objetivos”.

¹⁴ Es al conjunto de cada posición orbital, banda de frecuencias utilizadas y zona de cobertura (donde se presta servicios), que se denomina recurso órbita/espectro. Se trata de un recurso administrado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que es el organismo dependiente de la ONU que realiza su asignación a los países que se lo vayan solicitando (Ley 27208, Anexo I, 2015)



Comentarios

En su capítulo VII la **Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual** reconoce el “derecho al acceso a los contenidos de interés relevante”, el cual comprende el acceso universal “a los contenidos informativos de interés relevante y de acontecimientos deportivos, de encuentros futbolísticos u otro género o especialidad” y le otorga al **Consejo Federal de Comunicación Audiovisual** (COFECA¹⁵) la elaboración de “un listado anual de acontecimientos de interés general para la retransmisión o emisión televisiva, respecto de los cuales el ejercicio de derechos exclusivos deberá ser justo, razonable y no discriminatorio”, que debe ser elaborado por medio de los mecanismos de audiencia pública y “con la participación del Defensor del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual”. Los criterios que rigen para la incorporación de los acontecimientos al listado son:

“a) Que el acontecimiento haya sido retransmitido o emitido tradicionalmente por televisión abierta; b) Que su realización despierte atención de relevancia sobre la audiencia de televisión; c) Que se trate de un acontecimiento de importancia nacional o de un acontecimiento internacional relevante con una participación de representantes argentinos en calidad o cantidad significativa” (artículo 78).

En cuanto al derecho de acceso, la **Directiva Europea 13 de 2010** señala que:

“Los acontecimientos de gran importancia para la sociedad deben, a los efectos de la presente Directiva, cumplir determinados criterios, es decir, ser acontecimientos destacados que sean de interés para el público en general en la Unión o en un determinado Estado miembro o en una parte importante de un determinado Estado miembro y que los organice por adelantado un organizador que tenga legalmente derecho a vender los derechos correspondientes a dichos acontecimientos”.

Según expresa la Ley 26.522, fueron tomadas como casos paradigmáticos para su regulación la **Directiva Europea 65** de 2007 y la **Ley 21** de 1997 “reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos de España”, entre otras normativas.

PUNTO 19

Derechos del público y los usuarios. Rectificación.

El público, los lectores y las audiencias de los servicios audiovisuales y usuarios de las TIC y servicios de operadores convergentes tienen derecho a que los contenidos respondan a conductas éticas. Tales contenidos, incluyendo la publicidad emitida en el territorio nacional, deben ajustarse a los estándares internacionales de respeto a los derechos humanos. Especialmente deben desestimar la consideración de niñas, niños y adolescentes como consumidores.

Los contenidos evitarán que se promuevan o inciten tratos discriminatorios, que se menoscabe la dignidad humana, que haya violencia simbólica contra las mujeres o personas LGTBI, o comportamientos perjudiciales para el ambiente o para la salud física y psíquica de las personas y la integridad de niñas, niños y

¹⁵ Cabe destacar que la disolución del COFECA mediante el Decreto 267 de 2015 (artículo 24) y su reemplazo por el Consejo Federal de Comunicaciones (artículo 29) no solamente desconoce el camino andado en aquel espacio multisectorial sino que pasa a depender directamente de la Presidencia, en lugar de hacerlo de un ente autárquico como era el AFSCA (artículo 1° del Decreto 916/16), mientras que disminuye la cantidad de integrantes por sector e incorpora una sobrerrepresentación de los usuarios y consumidores (artículo 2). Por otra parte, la dilatada conformación del nuevo Consejo afecta durante el tiempo transcurrido el establecimiento de la lista de acontecimientos relevantes y el evidente derecho de todas las personas de acceder a los mismos.



adolescentes. El funcionamiento, ampliación y federalización de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual es relevante para custodiar estos principios. También constituyen un aporte fundamental la existencia del Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia con representación plural, federal y especializada, así como de otros organismos que expresen a los intereses del público y las audiencias.

Las normas que regulen la prestación de servicios de la comunicación respetarán los derechos de la ciudadanía mediante acuerdos y contratos transparentes y no podrán incluir cláusulas restrictivas o condicionantes de su libertad de elección de otro licenciataria o prestador, o condicionen su rescisión o la desconexión de cualquier servicio adicional contratado.

Toda persona afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de difusión y que se dirijan al público en general, tiene derecho a efectuar por el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.

Comentarios

El derecho de rectificación o respuesta puede asumirse tanto en su dimensión **individual** como **colectiva**. Y se lo puede reconocer no solamente en los medios clásicos, sino también a las nuevas tecnologías:

“El derecho de réplica es un recurso jurídico apropiado para la radiodifusión televisiva y podría aplicarse también en el ámbito de los servicios en línea. La Recomendación relativa a la protección de los menores y de la dignidad humana y al derecho de réplica contiene ya unas directrices adecuadas para la aplicación de medidas en la legislación o las prácticas naciona-

les para garantizar el derecho de réplica o recursos equivalentes en relación con los medios de comunicación en línea” (**Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual**, 2010).

La dimensión individual se refiere al derecho personalísimo que tiene cada persona de exponer su propia versión acerca de informaciones que hubieren circulado mediáticamente y que fueren inexactas o agraviantes. Este derecho se encuentra reconocido en la **Convención Americana** en su artículo 14.

En relación con su dimensión colectiva, esta se refiere la capacidad de los **grupos o sectores sociales** de responder o expresar su versión de la información e inexacta, agraviante y **estereotipante** de comunidades e identidades específicas. Es decir, cuando se vierten calificativos lesivos sobre ciertos rasgos físicos, de origen nacional, étnico y/o religioso¹⁶. Cabe mencionar que sobre la cuestión específica de la discriminación en los medios por motivos de género y sexualidades, la **Ley 26.522** reconoce explícitamente entre sus objetivos la “protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado” (artículo 3).

En este sentido adquiere relevancia el trabajo de la **Defensoría del Público**¹⁷, creada por la **Ley de**

16 La estigmatización puede hallarse tanto en la superficie discursiva como en el uso mediático de imágenes que ilustran aquello que se dice.

17 Las defensorías tienen su antecedente histórico en Suecia, entre el Siglo XVIII y el XIX con el surgimiento de la noción del ombudsman y con la definición en su Constitución de las funciones de esta persona encargada de garantizar el correcto cumplimiento de las leyes (Pauwels, 2012). Luego esta figura se fue consolidando en el resto de Europa, sobre todo luego de la Segunda Guerra Mundial, y llegó a América Latina bajo el nombre de Defensorías del Pueblo, una vez finalizadas las dictaduras militares que tuvieron lugar en la región entre las décadas del '70 y '80. Si bien este rol se ha consolidado en el ámbito estatal, también existen figuras de este tipo en la esfera privada, en las más diversas áreas y temáticas (Ibíd.).



Servicios de Comunicación Audiovisual. Este organismo, si bien no tiene capacidad sancionatoria, concentra su labor en la **formación de los/as comunicadores/as en tanto profesionales y como audiencias, y en la resolución extrajudicial de reclamos individuales y grupales sobre el tratamiento mediático de ciertas temáticas.**

La Defensoría ha tenido un rol fundamental en los años transcurridos por constituirse en la primera experiencia en el país en que el Estado hace propia la promoción y la garantía del derecho a la comunicación, mediante la consideración como sujetos de este derecho a los más **diversos sectores sociales** y teniendo en cuenta **distintas temáticas** y su consecuente **tratamiento mediático.**

<p>Argentina</p> <p>2009</p>	<p>Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual</p> <p>Artículo 19. — Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. Créase la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, que tendrá las siguientes misiones y funciones:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión y demás servicios regulados por la presente teniendo legitimación judicial y extrajudicial para actuar de oficio, por sí y/o en representación de terceros, ante toda clase de autoridad administrativa o judicial. No obstará a su legitimación judicial la existencia o no de causa individual, siendo su legitimación tanto subjetiva como objetiva y por los derechos de incidencia colectiva previstos expresa o implícitamente en la Constitución Nacional y otros que hacen al desarrollo del Estado democrático y social de derecho y a la forma republicana de gobierno;b) Llevar un registro de las consultas, reclamos y denuncias presentados por los usuarios en forma pública o privada y a través de los medios habilitados a tal efecto;c) Convocar a las organizaciones intermedias públicas o privadas, centros de estudios e investigación u otras entidades de bien público en general, para crear un ámbito participativo de debate permanente sobre el desarrollo y funcionamiento de los medios de comunicación;d) Realizar un seguimiento de los reclamos y denuncias presentados e informar a las autoridades competentes, a los interesados, a la prensa y al público en general sobre sus resultados y publicar sus resultados;e) Presentar ante la Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual un informe anual de sus actuaciones;f) Convocar a audiencias públicas en diferentes regiones del país a efecto de evaluar el adecuado funcionamiento de los medios de radiodifusión y participar en aquellas previstas por la presente o convocadas por las autoridades en la materia;g) Proponer modificaciones de normas reglamentarias en las áreas vinculadas con su competencia o cuestionar judicialmente la legalidad o razonabilidad de las existentes o que se dicten en el futuro, sin plazo de caducidad, dejando a salvo el respeto a la autoridad de cosa juzgada judicial;h) Formular recomendaciones públicas a las autoridades con competencia en materia de radiodifusión las cuales serán de tratamiento obligatorio;i) Representar los intereses del público y de la colectividad, en forma individual o en su conjunto, en sede administrativa o judicial, con legitimación procesal en virtud de la cual puede solicitar la anulación de actos generales o particulares, la emisión, modificación o sustitución de actos, y otras peticiones cautelares o de fondo necesarias para el mejor desempeño de su función.
--	---



<p style="text-align: center;">Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (México - 2014)</p>	<p style="text-align: center;">Ley 19.307 Ley de Medios. Regulación de la Prestación de Servicios de Radio, Televisión y otros Servicios de Comunicación Audiovisual (Uruguay - 2014)</p>
<p>Artículo 259. Los concesionarios que presten servicio de radiodifusión deberán contar con una defensoría de audiencia, que podrá ser del mismo concesionario, conjunta entre varios concesionarios o a través de organismos de representación. El defensor de la audiencia será el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia.</p> <p>En los lineamientos a que se refiere el último párrafo del artículo 256, el Instituto deberá expedir lineamientos de carácter general que establezcan las obligaciones mínimas que tendrán los defensores de las audiencias para la adecuada protección de sus derechos.</p> <p>Cada concesionario que preste servicio de radiodifusión fijará el periodo de encargo del defensor de la audiencia, el que podrá ser prorrogable por dos ocasiones.</p> <p>La actuación de los defensores de las audiencias se ajustará a los criterios de imparcialidad e independencia, cuya prioridad será la de hacer valer los derechos de las audiencias, según los códigos de ética que haya firmado o a los que se haya adherido cada concesionario.</p> <p>Los defensores de las audiencias y los códigos de ética deberán inscribirse en el Registro Público de Concesiones, mismos que estarán a disposición del público en general.</p> <p>Los defensores de audiencia determinarán los mecanismos para la difusión de su actuación, entre los cuales podrán optar por correo electrónico, páginas electrónicas o un número telefónico, las cuales deberán contar con funcionalidades de accesibilidad para audiencias con discapacidad, siempre y cuando no implique una carga desproporcionada.</p> <p>Artículo 261. El defensor de la audiencia atenderá las reclamaciones, sugerencias y quejas de las audiencias sobre contenidos y programación, implementando mecanismos para que las audiencias con discapacidad tengan accesibilidad.</p>	<p>Artículo 28: (Derecho a la no discriminación).- Los servicios de comunicación audiovisual no podrán difundir contenidos que inciten o hagan apología de la discriminación y el odio nacional, racial o religioso, que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas, sea motivada por su raza, etnia, sexo, género, orientación sexual, identidad de género, edad, discapacidad, identidad cultural, lugar de nacimiento, credo o condición socioeconómica. En ningún caso estas disposiciones deben interpretarse como una imposibilidad de informar sobre los hechos, o de analizar y discutir sobre estos temas, en particular durante programas educativos, informativos y periodísticos. Los servicios de comunicación audiovisual promoverán en su programación, expresiones y acciones afirmativas e inclusivas a favor de personas o grupos objeto de discriminación.</p> <p style="text-align: center;">DEFENSORÍA DEL PÚBLICO</p> <p>Artículo 84: (Atribución).- Atribúyese a la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo, creada por la Ley N° 18.446, de 24 de diciembre de 2008, el cometido de defender y promover los derechos de las personas reconocidos en la presente ley.</p> <p>Artículo 148 (Defensor de la audiencia).- El Estado promoverá que los titulares de servicios de comunicación audiovisual, en forma individual o colectiva, designen un defensor de la audiencia, quien tendrá la responsabilidad de recibir y responder las comunicaciones que remita el público con relación al cumplimiento del código de ética o de conducta profesional respectivo.</p>



PUNTO 20

Producción y Trabajo Digno.

La adopción de normas que estimulen el pluralismo, la diversidad, la no concentración y la producción de equipamiento y contenidos locales, propios y nacionales, constituyen una vía directa para el desarrollo de una industria tecnológica nacional y para la promoción del trabajo en todas las áreas de creación, producción, emisión, distribución y acceso a contenidos gráficos, audiovisuales y de las tecnologías de la información y la comunicación. Se debe asegurar en los mismos una relación laboral en forma libre, registrada, igualitaria, segura y humanamente digna, con resguardo de la salud psicofísica y respeto a las incumbencias profesionales correspondientes a la actividad de las comunicaciones. Se debe contemplar la situación de personas que acrediten capacidades, condiciones y/o competencias producto de su experiencia laboral específica. El sostenimiento y desarrollo de una industria nacional de contenidos audiovisuales, conjuntamente con las cuotas de pantalla para la producción de ficción cinematográfica y audiovisual deben ser políticas de estado y estar promovidos por ley.

Comentarios

En la Argentina, tanto la Ley de Cine (24.377), como la de Protección y Promoción de las Industrias Culturales (25.750), la de aprobación de la Convención de la UNESCO (26.305) y la de Servicios Audiovisuales (26.522) que sostiene el Fondo de Fomento Cinematográfico, el Fondo Nacional del Teatro y el Instituto Nacional de la Música, conforman un conjunto articulado que constituye el pilar de una **política pública de protección cultural**. Al mismo tiempo que se encuentran vigentes **legislaciones específicas** que protegen el desempeño de los/las trabajado-

res/as de los medios y su derecho a la libertad de expresión¹⁸.

Existen otros casos, como el de Uruguay, en donde su reciente Ley 19.307 reconoce el derecho de los/as comunicadores/as a desempeñarse “en forma independiente” y determina que:

“las presiones directas o indirectas ejercidas sobre los comunicadores son incompatibles con la libertad de expresión, así como la utilización del poder y los recursos económicos del Estado con el objetivo de presionar, castigar, premiar o privilegiar a los comunicadores y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas”.

Al mismo tiempo, la norma postula que “los periodistas tendrán derecho, en el ejercicio de su profesión, a negarse a acompañar con su imagen, voz o nombre contenidos de su autoría que hayan sido sustancialmente modificados sin su consentimiento”.

Frente a la convergencia tecnológica resulta pertinente destacar la importancia del reconocimiento de los derechos consagrados de los/as trabajadores/as de la comunicación y la limitación en la futura regulación de la exigencia de multitareas que precarizan tanto el trabajo periodístico como la circulación informativa.

¹⁸ Para una completa historización de la organización de los trabajadores de los medios y del impacto de la normativa en ese complejo entramado consultar Baranchuk (2016).



<p>UE – 2010</p> <p>UE – 2016</p>	<p>Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual</p> <p>(69) Los servicios de comunicación audiovisual a petición tienen potencial para sustituir en parte a la radiodifusión televisiva. Por ello, deben fomentar, cuando sea viable, la producción y distribución de obras europeas, contribuyendo así activamente a la promoción de la diversidad cultural. Esta ayuda a las obras europeas podría, por ejemplo, consistir en contribuciones financieras de dichos servicios para la producción y la adquisición de derechos de obras europeas, en una proporción mínima de obras europeas en los catálogos de «vídeo a petición» o en la presentación atractiva de las obras europeas en las guías electrónicas de programas.</p> <p>Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual (UE – 2016)</p> <p>(22) A fin de garantizar unos niveles adecuados de inversión en obras europeas, los Estados miembros deben poder imponer obligaciones financieras a los prestadores de servicios a petición establecidos en su territorio. Estas obligaciones pueden adoptar la forma de contribuciones directas a la producción y adquisición de derechos de obras europeas. Los Estados miembros pueden también imponer tasas, con destino a un fondo, sobre la base de los ingresos obtenidos con los servicios a petición que se ofrecen en su territorio y van dirigidos a él. La presente Directiva precisa que, dado el vínculo directo existente entre las obligaciones financieras y las políticas culturales de cada Estado miembro, se permite a estos imponer igualmente tales obligaciones a los prestadores de servicios a petición establecidos en otro Estado miembro que se dirijan a su territorio. En este caso, solo deben imponerse obligaciones financieras sobre los ingresos generados a través del público de dicho Estado miembro.</p>
<p>Argentina</p> <p>2009</p>	<p>Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Argentina 2009.</p> <p>Artículo 65. — Contenidos.</p> <p>Los titulares de licencias o autorizaciones para prestar servicios de comunicación audiovisual deberán cumplir con las siguientes pautas respecto al contenido de su programación diaria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Los servicios de radiodifusión sonora: <ol style="list-style-type: none"> a. Privados y no estatales: <ol style="list-style-type: none"> i. Deberán emitir un mínimo de setenta por ciento (70%) de producción nacional. ii. Como mínimo el treinta por ciento (30%) de la música emitida deberá ser de origen nacional, sea de autores o intérpretes nacionales, cualquiera sea el tipo de música de que se trate por cada media jornada de transmisión. Esta cuota de música nacional deberá ser repartida proporcionalmente a lo largo de la programación, debiendo además asegurar la emisión de cincuenta por ciento (50 %) de música producida en forma independiente donde el autor y/o intérprete ejerza los derechos de comercialización de sus propios fonogramas mediante la transcripción de los mismos, por cualquier sistema de soporte teniendo la libertad absoluta para explotar y comercializar su obra. (...) iii. Deberán emitir un mínimo del cincuenta por ciento (50%) de producción propia que incluya noticieros o informativos locales. b. Las emisoras de titularidad de Estados provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, municipios y universidades nacionales: <ol style="list-style-type: none"> i. Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción local y propia, que incluya noticieros o informativos locales.



Argentina

2009

- ii. Deberán emitir un mínimo del veinte por ciento (20%) del total de la programación para difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público.
2. Los servicios de radiodifusión televisiva abierta:
- a. Deberán emitir un mínimo del sesenta por ciento (60%) de producción nacional;
 - b. Deberán emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción propia que incluya informativos locales;
 - c. Deberán emitir un mínimo del treinta por ciento (30%) de producción local independiente cuando se trate de estaciones localizadas en ciudades con más de un millón quinientos mil (1.500.000) habitantes. Cuando se encuentren localizados en poblaciones de más de seiscientos mil (600.000) habitantes, deberán emitir un mínimo del quince por ciento (15%) de producción local independiente y un mínimo del diez por ciento (10%) en otras localizaciones.
3. Los servicios de televisión por suscripción de recepción fija:
- a. Deberán incluir sin codificar las emisiones y señales de Radio Televisión Argentina Sociedad del Estado, todas las emisoras y señales públicas del Estado nacional y en todas aquellas en las que el Estado nacional tenga participación;
 - b. Deberán ordenar su grilla de programación de forma tal que todas las señales correspondientes al mismo género se encuentren ubicadas en forma correlativa y ordenar su presentación en la grilla conforme la reglamentación que a tal efecto se dicte, dando prioridad a las señales locales, regionales y nacionales;
 - c. Los servicios de televisión por suscripción no satelital, deberán incluir como mínimo una (1) señal de producción local propia que satisfaga las mismas condiciones que esta ley establece para las emisiones de televisión abierta, por cada licencia o área jurisdiccional que autorice el tendido. En el caso de servicios localizados en ciudades con menos de seis mil (6.000) habitantes el servicio podrá ser ofrecido por una señal regional;
 - d. Los servicios de televisión por suscripción no satelital deberán incluir, sin codificar, las emisiones de los servicios de televisión abierta de origen cuya área de cobertura coincida con su área de prestación de servicio;
 - e. Los servicios de televisión por suscripción no satelital deberán incluir, sin codificar, las señales generadas por los Estados provinciales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipios y universidades nacionales que se encuentren localizadas en su área de prestación de servicio;
 - f. Los servicios de televisión por suscripción satelital deberán incluir, sin codificar, las señales abiertas generadas por los Estados provinciales, por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y municipios, y por las universidades nacionales;
 - g. Los servicios de televisión por suscripción satelital deberán incluir como mínimo una (1) señal de producción nacional propia⁶³ que satisfaga las mismas condiciones que esta ley establece para las emisiones de televisión abierta;
 - h. Los servicios de televisión por suscripción deberán incluir en su grilla de canales un mínimo de señales originadas en países del MERCOSUR y en países latinoamericanos con los que la República Argentina haya suscripto o suscriba a futuro convenios a tal efecto, y que deberán estar inscriptas en el registro de señales previsto en esta ley.



PUNTO 21

Regularización con plenos derechos.

El Estado adoptará las medidas necesarias para la regularización de todos los servicios de comunicación audiovisual o de Tecnologías de la Información y la Comunicación que tengan trámites pendientes de resolución por cuestiones no imputables a quien lo solicita en los organismos competentes. Tales trámites incluyen la adjudicación de licencias, resolución de concursos, asignación de frecuencias o habilitaciones o títulos necesarios para el pleno ejercicio de los derechos adquiridos en el marco legal vigente al momento de la solicitud o el que resulte más beneficioso para quien lo solicita, y cuya realización se haya demorado por cuestiones técnicas, administrativas o de cualquier naturaleza.

Comentarios

Los medios de comunicación desempeñan una función esencial en la promoción del debate democrático sobre los asuntos públicos. Por esta razón, la **Corte Interamericana** señaló a la libertad y la diversidad como los principios rectores de la regulación de la radiodifusión, además de indicar que la actividad de los medios de comunicación debe estar guiada y protegida por los estándares del derecho a la libertad de expresión. Y es a la luz de las pautas y directrices que impone este derecho que debe ser evaluada cualquier regulación en la materia (RELE, 2010).

En diversos informes, la **CIDH** y su **Relatoría Especial** señalaron reiteradamente el papel del Estado al momento de regular el espectro “para asegurar una radiodifusión libre, independiente, vigorosa, plural y diversa” (*Ibid.*). En consecuencia, aquellos que requieran el uso del espectro, amparados en su derecho de fundar o formar parte de medios de comunicación, deben ser objeto de

“una regulación clara, transparente y democrática”. De esta manera se garantizará “el mayor goce de este derecho para el mayor número de personas y, por consiguiente, la mayor circulación de opiniones e informaciones” (*Ibid.*).

Para asegurar la libertad de expresión del mayor número de personas y la igualdad de oportunidades en el acceso a los medios, así como el derecho a la información plural y diversa, es condición que los Estados cumplan determinadas reglas fundamentales en el ejercicio de su potestad de regular la actividad de radiodifusión, lo que incluye tanto la posibilidad de establecer “la forma en que se realizan las concesiones, renovaciones o revocaciones de las licencias”, como la facultad de “planificar e implementar políticas públicas sobre dicha actividad, siempre y cuando se respeten las pautas que impone el derecho a la libertad de expresión” (*Ibid.*).

En este contexto, los Estados, tal como lo ha destacado la jurisprudencia interamericana, deben abstenerse de:

“realizar acciones o favorecer prácticas que de cualquier manera se encuentren dirigidas, directa o indirectamente, a crear situaciones que, de iure o de facto, discriminen o excluyan arbitrariamente a ciertos grupos o personas en [su] goce o ejercicio” (*Ibid.*).

A la vez que están obligados a “adoptar medidas positivas (legislativas, administrativas o de cualquier otra naturaleza) para revertir o cambiar situaciones discriminatorias existentes que comprometan el goce y ejercicio efectivo del derecho a la libertad de expresión de ciertos grupos, en condiciones de igualdad y no discriminación” (*Ibid.*).

En la mayoría de los países de la región, las normas jurídicas de radiodifusión le reconocen dos funciones esenciales a la autoridad pública competente para aplicar las normas: “el desarrollo e



implementación de ciertas políticas de comunicación (aplicación) y el control de las regulaciones previamente dictadas (fiscalización)” (*Ibid.*). La regulación del Estado que afecte de manera sustancial el derecho a la libertad de expresión, debe encontrarse consagrada, como lo aclara la Relatoría, en una ley en sentido formal.

Una de las situaciones en las que la regulación tiene lugar es en el proceso de asignación de licencias. Éste, además de estar regulado por la ley, debe caracterizarse, según la Relatoría, “por su transparencia y estar guiado por criterios objetivos, claros, públicos y democráticos”, a través de un procedimiento que “debe estar rodeado de suficientes garantías contra la arbitrariedad, incluyendo la obligación de motivar la decisión que

concede o niegue la solicitud, y el adecuado control judicial de dicha decisión” (*Ibid.*).

En este sentido, la UNESCO (2016) subraya la necesidad de la independencia de los organismos reguladores y destaca los casos en que “a la par del desarrollo de una industria independiente de radio y teledifusión, también se desarrolla un sistema regulatorio independiente para el otorgamiento de licencias y el control de esta industria”. Existen algunas experiencias en la región, como es el caso de Chile, en donde se creó a través de la Ley 18.838 el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), al que la Constitución se refiere como un organismo autónomo y cuyo objetivo es “velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión”.

Bibliografía

Abramovich V. y Courtis C. (2000) Anuario de Derecho a la Comunicación; Año 1 Vol. 1 (2000); Editorial Siglo XXI, Buenos Aires.

Abramovich, V. (2004) “Una Aproximación al Enfoque de Derechos en las Estrategias y Políticas de Desarrollo de América Latina”. “Derechos y Desarrollo en América Latina: una reunión de trabajo”, (pág. 39). Santiago de Chile.

Anexo I Ley 27.208 (2015) disponible en <http://servicios.infoleg.gob.ar> (recuperado julio de 2017)

Asociación Mundial de Radios Comunitarias [AMARC] (2009) “Principios para un marco regulatorio democrático sobre radio y tv comunitaria”.

Badenes, D. y González, D. (2015) “Diga 33. Radiografía de la composición de un sector clave en el nuevo paradigma legal latinoamericano”. En Voces abiertas: comunicación, política y ciudadanía en América Latina. Martín barbero, J. et. al. UNLP-CLACSO, La Plata.

Banco Interamericano de Desarrollo [BID] (2013) Diagnóstico del sector TIC en México Conectividad e inclusión social para la mejora de la productividad y el crecimiento económico”.

Baranchuk, M. (2016) Los trabajadores de los medios y sus organizaciones. Buenos Aires: Editorial Patria Grande.

Becerra, M. (2015) De la concentración a la convergencia. Políticas de medios en Argentina y América Latina. Editorial Paidós. Buenos Aires.

Busso, N. y Jaimes, D. (comp.) (2011) La cocina de la ley. El proceso de incidencia en la elaboración de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina. Disponible en <http://www.villamanuelita.org/>

Comunidad Europea (2009) “Estudio independiente sobre indicadores para el pluralismo de los medios de comunicación en los Estados miembros. Hacia un enfoque basado en el riesgo: informe final”.

Comisión Europea -Dirección General de Comunicación Información al ciudadano (2014) “Comprender las políticas de la Unión Europea: Cultura y medios audiovisuales”.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2000) “Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión”.



- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2010) “Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente”.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2012) “Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión”.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2013) Informe Anual. Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Capítulo IV (Libertad de Expresión e Internet).
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2014) “Informe anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión”.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2015) Estándares de libertad de expresión para la transición a una televisión digital abierta, diversa, plural e inclusiva.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos [CIDH] (2017) Estándares para una Internet Libre, Abierta e Incluyente Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.
- Consejo Europeo (2017) “Adaptarse a los cambios tecnológicos y conservar la competitividad europea y los valores fundamentales de los servicios audiovisuales”.
- Consejo Nacional de Televisión (2013) “Revisión bibliográfica. Pluralismo mediático”.
- Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH] (1985) “Opinión Consultiva OC-5/85 “La colegiación obligatoria de periodistas (ARTS. 13 Y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos)”
- Corte Interamericana de Derechos Humanos [Corte IDH] (1987) “Opinión Consultiva OC-7/86 “Exigibilidad del derecho de rectificación o respuesta. Solicitada Por El Gobierno De Costa Rica”.
- De Charras, D., Lozano, L. y Rossi, D. (2012) “Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación” en Mastrini, Bizberge y De Charras (editores); *Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*. La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual [DPSCA] (2016) “Informe de Gestión 4 Años - Defensoría del Público Mandato Fundacional – Tomo I”.
- Fiss, O. (2011). Libertad de expresión y estructura social. En: *Libertad de Expresión: debates, alcances y nueva agenda*. UNESCO – ACNUR. Quito.
- Gordillo, A (2014) *Tratado de derecho administrativo y obras selectas. Tomo 2, La defensa del usuario y del administrado*. F.D.A. Buenos Aires.
- Halpern, G. (2007) “Medios de comunicación y discriminación: apuntes sobre la década del ’90 y algo más” en *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación N° 123 “Medios y comunicación”*, Biblioteca del Congreso de la Nación. Buenos Aires.
- Halpern, G. (2012) “Aportes comunicacionales para un debate sobre ciudadanía y migración” en *Revista Trabajo y Sociedad Sociología del trabajo N° 19, Invierno 2012*, Santiago del Estero. Argentina.
- Kejval, L. (2009) *Truchas*. Editorial: Prometeo Libros. Buenos Aires.
- Lázzaro L. (2012) “La Ciudadanía Digital se construye con políticas convergentes” en *Secretaría de Cultura de la Nación. En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación. Buenos Aires.
- Loretí D. y Lozano L. (2014) *El derecho a comunicar: Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Editorial Siglo XXI. Buenos Aires
- Mac Bride, S. y otros (1987) *Un sólo mundo, voces múltiples*. México: Fondo de Cultura Económica. México.
- Mastrini, G y Becerra M. (2007) *Periodistas y magnates*. Editorial Prometeo. Buenos Aires.
- Mastrini G., Bizberge A. y De Charras D. (Ed.), (2013) *Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*. La Crujía. Buenos Aires.
- Mata, MC. (2002) “Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación” en *Revista Diálogos de la comunicación, N° 64*, págs. 65-76
- Mata, MC. (2011) “Comunicación Popular: Continuidades, transformaciones y desafíos” en *Revista Oficios Terrestres. N° 26*.
- Parlamento Europeo- Comisión de Cultura y Educación (2014) “Sobre la preparación para la plena convergencia del mundo audiovisual”.



Pauwels, F. (2012) Defensores de lectores y oyentes en la prensa argentina. La pedagogía del derecho a la información. Tesis para optar por el título de Magíster en Periodismo. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires.

Porto, Ricardo (2016) Libertad de expresión y derecho a la información en Latinoamérica: Tres visiones regulatorias. Albremática. Buenos Aires.

Organización de Estados Americanos (2015) “Informe del Comité Jurídico Interamericano. Privacidad y Protección de Datos Personales”.

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2010) [RELE] “Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente”.

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2013) [RELE] “Libertad de expresión e Internet”.

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2014) [RELE] Declaración Conjunta sobre Universalidad y el Derecho a la Libertad de Expresión.

Rey, S. (2015). “Control de convencionalidad por las justicias nacionales: desafíos para la aplicación del Derecho Internacional de los Derechos Humanos”. XXVII Congreso Argentino de Derecho Internacional “A cincuenta años de la Resolución 2065 (XX) de la Asamblea General de las Naciones Unidas – Cuestión de las Islas Malvinas”, organizado por la Asociación Argentina de Derecho Internacional. Puerto Madryn.

Segura, MS. (2011) “La reforma comunicacional: La construcción de sus argumentos y condiciones de posibilidad a partir de 2001” Publicación del Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba, diciembre 2011.

Soria, C. (1987). “Más allá del capitalismo informativo”. Lección Inaugural del Curso 1987-1988 de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra.

UNESCO- Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación PIDC (2008) “Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social”.

UNESCO (2012) “Informe sobre el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la Educación para Personas con Discapacidad”.

UNESCO (2014) “Tendencias Mundiales en Libertad de Expresión y Desarrollo de los Medios: Situación regional en América Latina y el Caribe”.

UNESCO (2016) “Regulación independiente de la radio y teledifusión: Una revisión de políticas y prácticas internacionales” (Eve Salomon en cooperación con: Cuadernos de Discusión de Comunicación e Información 5).

UNESCO (2017) “Concentración de medios y libertad de expresión: Normas globales y consecuencias para las Américas”.

Uranga W. (2005) “Desarrollo, ciudadanía, democracia: aportes desde la comunicación”. Presentación en el III CONGRESO PANAMERICANO DE COMUNICACIÓN. “Integración comercial o diálogo cultural ante el desafío de la sociedad de la información” Buenos Aires, 12 al 16 de agosto 2005. Facultad de Ciencias Sociales – Univ. de Buenos Aires

Uranga W. y Thompson H. [coord] (2016) La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía: una propuesta para trabajar desde la comunicación Editorial Patria Grande. Buenos Aires.

Villamayor C. y Lamas E. (1998) Gestión de la radio comunitaria y ciudadana. FES/ AMARC.



Autores

Wanda Fraiman, Luis Lazzaro y Diego Rossi son docentes e investigadores universitarios, integrantes del Observatorio de Políticas de Comunicación y Actualización Normativa, de la Coalición por una Comunicación Democrática, Argentina.

Responsable

Fundación Friedrich Ebert
Marcelo T. de Alvear 883 | Piso 4° C1058AAK
Buenos Aires - Argentina

Equipo editorial
Christian Sassone | Ildefonso Pereyra
christian.sassone@fes.org.ar

Tel. Fax: +54 11 4312-4296

www.fes.org.ar

ISBN: 978-987-46367-9-9

Friedrich Ebert Stiftung

La Fundación Friedrich Ebert es una institución alemana sin fines de lucro creada en 1925. Debe su nombre a Friedrich Ebert, el primer presidente elegido democráticamente, y está comprometida con el ideario de la democracia social. Realiza actividades en Alemania y en el exterior a través de programas de formación política y cooperación internacional. La FES tiene 18 oficinas en América Latina y organiza actividades en Cuba, Haití y Paraguay, que cuentan con la asistencia de las representaciones en los países vecinos.

El uso comercial de todos los materiales editados y publicados por la Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) está prohibido sin previa autorización escrita de la FES. Las opiniones expresadas en esta publicación no representan necesariamente los puntos de vista de la Friedrich-Ebert-Stiftung.

