



## ACTIVIDAD PARTICIPATIVA

### COMISIÓN PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE REFORMA, ACTUALIZACIÓN Y UNIFICACIÓN DE LAS LEYES NROS. 26.522 Y 27.078

15 de junio de 2016

*Miembros de la Comisión presentes:*

*Silvana Giudici, Henocho Aguiar, Andrés Gil Domínguez y Héctor Huici.*

*Organizaciones participantes y representantes:*

*Sociedad Argentina de Autores y Compositores de Música (SADAIC)*

Dr. Carlos Guillermo Ocampo (Director General)

Está compuesta por autores y compositores de todos los géneros y estilos, en defensa de todos los derechos que producen sus obras.

Cada año tratan de perfeccionar su quehacer, adecuando sus Estatutos, con la finalidad de recaudar y distribuir equitativamente el producido económico de todas las formas de utilización del repertorio musical argentino y extranjero representado por su Sociedad. Es en este contexto que se basa su accionar, inspirado, además, por los principios de justicia y solidaridad que impulsaron a sus mayores.

*Cámara Argentina de Pequeños Proveedores de Internet (CAPPI)*

Marcelo De Ambrosio  
Rodolfo Bianchi  
Alejandro Kryger

Es la reunión de pequeñas y medianas empresas proveedoras de internet en la región de la República Argentina, que a través de la asociatividad y la complementación buscan motorizar el sector y promover un crecimiento sustentable, de la mano de las nuevas tecnologías de la información.

En CAPPI participan empresas y emprendedores dedicados a: conectividad, internet, desarrollo de productos de software, servicios de soporte y capacitación informática, entre otros.

### ***Cámara Argentina de Productores Independientes de Televisión (CAPIT)***

Alejandro Borensztein  
Fernando Blanco  
Mariano Chihade  
Aldo Fernández  
Pablo Wisznia  
Eduardo Bagnato

Se originó como grupo de empresas que producía Televisión de manera independiente para los canales de la Argentina que decidió unirse para trabajar en conjunto todos los problemas comunes que esta nueva actividad debía enfrentar.

Entre todas las empresas productoras asociadas a CAPIT, se produce más de la mitad de la programación que emiten los canales argentinos y la abrumadora mayoría de las horas del prime time nacional.

### ***Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)***

María José Ravalli (Responsable Área Comunicación)

Está presente en Argentina desde mayo de 1985, brindando cooperación técnica y asistencia financiera al Estado y a la sociedad argentina en diferentes áreas vinculadas al bienestar de la infancia y la adolescencia. UNICEF Argentina trabaja para promover la protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes, ayudar a satisfacer sus necesidades más importantes y aumentar las oportunidades que se les ofrecen, a fin de que alcancen el pleno desarrollo de sus capacidades.

Las cuatro organizaciones presentes hicieron uso del tiempo estipulado en el reglamento para realizar sus presentaciones las cuales constan en la versión taquigráfica de la reunión. La Cámara Argentina de Productores Independientes de Televisión (CAPIT) entregó material por escrito el cual será incorporado a la base documental de la Comisión.

Los miembros de la Comisión realizaron preguntas a los expositores quienes ampliaron los conceptos de sus exposiciones.

Habiéndose cumplido los objetivos de la convocatoria se dio por concluida la actividad.

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la sede del Ministerio de Comunicaciones sita en la calle Perú 103, piso 19, a los quince días del mes de junio de 2016, a la hora 17 y 12:

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Buenas tardes. Vamos a dar comienzo a la reunión. Les quiero agradecer por estar con nosotros. Esta es la comisión que va a elaborar la nueva norma unificada de telecomunicaciones y radiodifusión del país. Las reuniones que hacemos cada quince días con las organizaciones son el espíritu y la estructura de esa ley que tenemos que escribir.

Ya hemos realizado cuatro reuniones, un seminario técnico con la presencia de especialistas internacionales y una actividad académica que se desarrolló en la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires.

Se encuentran presentes el doctor Andrés Gil Domínguez, Gastón Fernández Fellini, secretario de la comisión, y quien les habla. Probablemente ya se irán sumando otros miembros de la comisión.

Les comento que la metodología de estas reuniones es que cada asociación cuenta con quince minutos para hacer su ponencia, luego los miembros de la comisión disponen de tiempo para hacer preguntas y aclarar cuestiones. Tratamos de no debatir entre las organizaciones, dado que lo más importante es que quede en la versión taquigráfica la posición clara de cada uno. Si generamos un debate entre las organizaciones perdemos mucho tiempo y seguramente alguien se quedará sin responder.

Se suma a esta reunión en este momento el doctor Héctor Huici, secretario de TICs de la Nación.

En el día de hoy está presente la Sociedad Argentina de Autores y Compositores, SADAIC, por medio de su director general, el doctor Carlos Guillermo Ocampo. Todos conocemos esta sociedad que está compuesta por autores y compositores de todos los géneros y estilos en defensa de todos los derechos que producen sus obras. Cada año tratan de perfeccionar su quehacer adecuando sus estatutos con la finalidad de recaudar y distribuir equitativamente el producido económico de todas las formas de utilización del repertorio musical argentino y extranjero representado en su sociedad.

También está presente la Cámara Argentina de Pequeños Proveedores de Internet, CAPPI, con los señores Marcelo De Ambrosio, Rodolfo Bianchi y Alejandro Kriger. Esta cámara reúne a las pequeñas y medianas empresas proveedoras de Internet en la República Argentina, que a través de la asociatividad y complementación buscan motorizar

el sector y promover el crecimiento sustentable de mano de las nuevas tecnologías de la información. En CAPPI participan empresas y emprendedores dedicados a conectividad, Internet, desarrollo de productos de software, servicios de soporte y capacitación informática, entre otros.

También nos acompaña la Cámara Argentina de Productores Independientes de Televisión, CAPIT, y agradecemos la presencia del señor Alejandro Borensztein, Fernando Blanco, Mariano Chihade, Aldo Fernández, Pablo Wiznia y Eduardo Bagnato. Esta cámara se originó como un grupo de empresas que producían televisión de manera independiente para los canales de la Argentina, que decidió unirse para trabajar en conjunto todos los problemas comunes que esta nueva actividad debía enfrentar. Entre todas las empresas productoras asociadas a CAPIT se produce más de la mitad de la programación que emiten los canales argentinos y buena parte de las horas del prime time nacional.

Se va a sumar en un rato también el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia de UNICEF. Cuando lleguen sus representantes los vamos a nombrar, para no perder tiempo.

Como les comenté, cada organización cuenta con quince minutos para hacer su exposición. El secretario de la comisión les va a indicar con unos cartoncitos la utilización del tiempo.

Tiene la palabra la representación de SADAIC, el señor Ocampo.

**Sr. Ocampo.-** Buenas tardes. Antes que nada quiero hacer un primer comentario. En la medida en que este proyecto pretende englobar dos leyes actualmente vigentes, lo que yo diga sobre la ley de radiodifusión, por llamarla de alguna manera, no estará representando exclusivamente los intereses de la Sociedad de Autores y Compositores de Música, sino básicamente pensando en lo que importa a la producción local, desde el punto de vista de los intereses de los autores, compositores, creadores en general argentinos, que deben estar protegidos en la legislación.

Hecha esta aclaración, nosotros solicitamos que desde el punto de vista estrictamente de la ley de radiodifusión se mantengan los criterios actuales de producción nacional y las cuotas de música nacional. Entendemos que son útiles, que favorecen a los creadores nacionales que, vuelvo a repetir, deben estar protegidos. Por otro lado, el tema de la protección y de las cuotas es un estándar que está recogido internacionalmente en distintas legislaciones de derecho comparado.

Nos parece razonable, inclusive, que se mantenga el requisito de que toda esta producción nacional esté distribuida en el tiempo de radiodifusión, y no que quede tan sujeta a la libertad del radiodifusor, porque puede ocurrir aquel viejo fenómeno que la música nacional iba hace muchísimos años a la Peña del Camionero, de 1 a 5 de la mañana,

y el resto del día la música era extranjera. En ese sentido, solicitamos no innovar en el sistema actual, que tiene que ver con la protección de la producción de origen local, la música nacional, etcétera.

Nosotros pensamos que hay que dar una mirada especial y analizar la procedencia de su introducción en la legislación argentina en el tema de la responsabilidad que puedan tener quienes proveen servicios de Internet, con respecto a las violaciones a la propiedad intelectual que ocurren a través de la red.

Es un tema ríspido y si analizamos desde el punto de vista de los antecedentes legislativos en el derecho comparado, los dos grandes bloques legislativos que hay en este momento en el mundo tienden a proteger a los proveedores de servicios de Internet por las irregularidades o por los ilícitos que se produzcan en la red.

Me estoy refiriendo concretamente, por un lado, a los Estados Unidos y a la Digital Millennium Copyright Act, que les da protección a los proveedores de servicios de Internet e instaura en la ley americana la llamada regla del takedown request, vale decir, la responsabilidad solamente opera cuando debidamente anoticiado el proveedor de servicios de Internet de la eventual infracción que se cometa a través del sistema, no proceda a darlo de baja.

En similar situación está la legislación europea, la Directiva Europea para el Comercio Digital, que también genera esta suerte de bill de indemnidad, entre comillas, de los proveedores de servicios de Internet por este tipo de infracciones.

Sin embargo, acá hay dos aspectos que están empezando a poner la pica en Flandes respecto a esto, que es, por un lado, el hecho de que los proveedores de servicios de Internet -las compañías telefónicas, sustancialmente, que van a estar alcanzadas por este proyecto de ley-, parte de la ventaja comercial que tienen o de lo que ofrecen a sus clientes como ventaja para contratar este servicio, es ancho de banda. Y en la oferta de ancho de banda, lo que se dice también como una oferta es decir: "si usted quiere ver, oír música, bajar películas o lo que fuere, este ancho de banda se lo va a permitir". Entonces, su política comercial está vinculada sustancialmente a la oferta que permite el acceso por parte de quienes contraten el servicio a contenidos protegidos.

Ahora, el hecho de que les permita el acceso a los contenidos protegidos no significa necesariamente que esos contenidos, en la medida que quienes utilizan el sistema lo hacen a veces sin reconocer estos derechos, dé la posibilidad de salvaguardar a los titulares que están afectados por esta gestión.

Recién hablaba con usted informalmente sobre la imposibilidad técnica que hay de que eventualmente se pueda controlar un contenido, saber exactamente cómo funciona dentro del sistema y a partir de ahí proceder a dejarlo en suspenso o a darlo de baja. Es decir, es compleja la gestión tecnológica.

Entonces, a partir de esta complejidad de la gestión tecnológica que no solamente se da acá, se ha dado en España, donde ha habido una legislación que ha tratado de dar solución a esto y ha fracasado, nosotros creemos que esta suerte de transferencia de valor que hay de los titulares de derecho a las compañías que ofrecen servicios de Internet, en cuanto ellas se benefician de vender un servicio a mayor precio para utilizar estos contenidos protegidos, tiene que ser reconocido de alguna manera.

Me permito señalar que en lo que respecta a la legislación, al menos en Europa, la legislación europea, tal como está concebida hace bastantes años, está totalmente en crisis. Hoy por hoy en Europa hay un planteo muy fuerte de todos los titulares de derechos de propiedad intelectual que eventualmente vean ese derecho afectado por los usos digitales, en orden a modificar el sistema legal europeo, que no estaba pensado seguramente, cuando se dicta la directiva europea, para proteger o para darle un bill de indemnidad a los proveedores de servicios de Internet por la afectación eventual a los titulares de derechos. Está hecho en otro contexto, pero que más allá de cuál sea el contexto en el que haya sido desarrollado, es lo que termina siendo. Vale decir, la realidad es que hoy hay una protección.

Esto se vincula con el derecho de los puertos seguros; vale decir, aquellas situaciones en las cuales el proveedor de servicio de Internet está protegido por la legislación del país. No es lo mismo, por otro lado, la situación en la que se encuentra a lo mejor Google que una compañía telefónica, porque desde el punto de vista estrictamente de la situación no es lo mismo. Pero claramente, tanto una como otra compañía, se benefician con contenidos protegidos, porque su servicio fomenta y vende en función de ese acceso a contenidos protegidos.

El otro tema que se vincula con esto es cuál es el alcance de la eventual responsabilidad que debería haber si se admitiera esta propuesta. ¿Qué quiero decir con esto? En el derecho argentino hay dos fuentes de responsabilidad: responsabilidad subjetiva y responsabilidad objetiva. La responsabilidad objetiva hoy tiene un alcance, en el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación, mucho más amplio que el que tenía en el régimen del Código Civil en el artículo 1113. Y hoy la responsabilidad objetiva deriva de la actividad riesgosa, según coma más, coma menos dice el Código Civil y Comercial vigente. Este concepto de ampliación de la responsabilidad objetiva se vincula con el nuevo concepto de responsabilidad, con la ampliación del campo de la responsabilidad civil en todos los aspectos.

Y nosotros creemos que más allá de que el Código Civil y Comercial amplía el campo de la responsabilidad, eventualmente en función de esta nueva orientación – que por otro lado recoge opiniones doctrinarias calificadas anteriores–, estaríamos en condiciones de poder demandar daños y perjuicios contra las compañías telefónicas en función de que su actividad, si bien lícita, objetivamente genera un riesgo.

Sin embargo, esto no resolvería el problema, porque la responsabilidad por daños tiene como característica que solamente se limita a indemnizar el daño generado hasta ese momento, pero obviamente esto sería un daño continuo, razón por la cual habría como una especie de circulación constante del problema.

Entonces, a partir de allí es que haciéndonos cargo de las complejidades que esto tiene, es que solicitamos se analice dentro del proyecto de ley la posibilidad de generar una suerte de remuneración compensatoria, de carácter objetivo, en función de equis criterios de aplicación, que signifique un resarcimiento por los eventuales daños que se cometen dentro del entorno digital.

El tema de la remuneración objetiva que estamos solicitando, también somos conscientes de que es una suerte de remuneración por copia privada, que es un instituto que en la Argentina no ha sido sancionado; no hemos conseguido una ley del Congreso que reconozca el derecho de copia privada por la potencial utilización de ejemplares en soporte físico, porque la ley de copia privada tiene su origen en este tipo de situaciones para reproducir obras protegidas. En la Argentina no hemos tenido la posibilidad de tener una ley de copia privada, ni para el entorno físico ni para el entorno digital, como concepto general.

En Europa, la ley de copia privada, más allá de los avatares jurisprudenciales que haya podido tener en función de lo que ha ocurrido en España con la ley española y demás, es un instituto que está reconocido por todos los países de ese continente, con mayor o menor alcance, tiene sus complejidades, pero repito, en la Argentina no hemos tenido éxito.

Por eso no es que estamos solicitando una ley general, porque por otro lado escaparía al marco de esta comisión que está discutiendo aspectos específicos y no una ley general de protección de los derechos de titulares de propiedad intelectual, pero sí creemos que sería de sumo interés y protector de los derechos de los titulares de propiedad intelectual que el proyecto incluyera una disposición de este tipo.

Obviamente, si la comisión está de acuerdo, estamos dispuestos a alcanzar un proyecto de artículos para que lo analicen. No he traído hoy el proyecto; en realidad, venía básicamente a plantear el problema, pero desde la sociedad de gestión colectiva, que no somos sociedad de gestión colectiva que no tenemos nada atrás sino que somos sociedad de gestión colectiva que representamos derechos de distintos titulares de derechos de propiedad intelectual –autores y compositores de música, en el caso de SADAIC, pero existen otras sociedades que se vinculan con la creación, que también representan titulares de derechos–, entendemos a todas luces necesario que este tema se analice y eventualmente se incluya en el proyecto de ley.

Inclusive, en su momento, dentro de una organización que está integrada por distintas sociedades de gestión colectiva, trabajamos un proyecto en ese sentido, pero no hemos conseguido impulso legislativo.

Aprovechando la gentil invitación a poder hablar de estos temas, creo que el tema sustancial desde el punto de vista de lo que debería modificarse de la legislación argentina –porque, repito, lo que tiene que ver con la ley de medios de radiodifusión pedimos que se mantenga el sistema, que nos parece equilibrado desde el punto de vista de los intereses de los operadores nacionales–, esto nos parece muy importante porque vendría a poner una suerte de límite a lo que es hoy por hoy una enorme transferencia de valor. Hoy hay una transferencia de valor en el sentido de que los contenidos protegidos están al servicio de un sistema, y de ese sistema “profitan” otras compañías, otras organizaciones diferentes a las que representan o eventualmente al derecho individual de cada creador, si se supone que puede haber gestión individual en el entorno digital.

De modo tal que para evitar esa transferencia de valor, que es un sistema que está poniendo en crisis todo el sistema europeo y está a consideración de los organismos europeos competentes en este aspecto, es que pedimos que se contemple en esta ley una norma que reconozca ese derecho. Muchas gracias.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Muchas gracias. Le queremos decir que por favor nos envíe la redacción de los artículos. Todo material documental que quieran agregar va a estar, junto con la versión taquigráfica de esta reunión, en la página del ENACOM y desde allí se podrá acceder para que el resto de los aportantes los puedan leer.

Vamos a ceder la palabra a la Cámara Argentina de Pequeños Proveedores de Internet. Les solicito que se presenten para que conste en la versión taquigráfica cuando vayan haciendo uso de la palabra.

**Sr. De Ambrosio.**- Mi nombre es Marcelo De Ambrosio.

**Sr. Hachim.**- Yo soy Sergio Hachim.

**Sr. Bianchi.**- Rodolfo Bianchi.

**Sr. De Ambrosio.**- La Cámara Argentina de Pequeños Proveedores de Internet agrupa a los que estamos de la General Paz hacia atrás, en todos los pueblos de la Argentina. Somos las TICs que nacimos hace 20 años con la irrupción de Internet, algunos viejos empezando con telefonía y BBS hace muchos años. Así que venimos de un mercado que siempre estuvo cerca de la telefonía y de todo esto, nada más que este mercado evolucionó hacia la unión de todas estas cosas.

Evidentemente, la confluencia tecnológica nos lleva a la televisión, a la telefonía y a Internet todo junto y ahora lo que viene brutalmente es el Internet de las cosas, que es el próximo gran crecimiento.

Queremos aclarar que estamos totalmente de acuerdo con la confluencia en una sola ley. Estamos a favor de una licencia única de telecomunicaciones en todo el territorio. Vemos lo que se está haciendo en México –la situación acá es similar donde, al igual que ocurre con la licencia de valor agregado, a uno le dan una licencia y después tiene que solicitar para dar servicio en determinadas localidades y lo puede hacer presentando un proyecto, pero no es bajo la metodología antigua en que tenía que presentarse por cada ciudad. ¿Por qué? Porque muchos de nosotros estamos en ciudades y pueblos. En el interior de la Argentina, yo soy de la provincia de La Pampa, donde las empresas de cable estarán en el 20 por ciento de la cantidad de pueblos y en el resto no hay nada. En esos pueblos estamos los proveedores de Internet. Vemos la necesidad de darle un servicio más. De hecho, hoy la gente se está subiendo a los nuevos servicios de OTT, o televisión on line, etcétera.

¿Qué es lo que vemos? La idea es, por un lado, al igual que en México de poder dar televisión en cualquier lado con solo pedirlo. Lo otro, en cuanto a la convergencia tecnológica, que ustedes puedan legislar la forma de hacer televisión analógica o IPTV o cómo legislar el tema de los OTT, de las diferentes modalidades de OTT, que es un poco el crecimiento de lo que se viene.

Consideramos que Netflix es una OTT, pero estamos considerando que yo negocio con los canales abiertos, con los canales provinciales, pongo una cajita y también hago una OTT, a eso puedo subir negociando contenidos con alguien y puedo hacer una OTT para determinada ciudad. Lo puedo hacer yo o Juan. Hoy están lloviendo oportunidades en todo el mundo de gente que está subiendo canales y queriendo subirlos a diferentes OTT. Entonces, hay que ver cuál es la modalidad que se va a legislar en cuanto a eso.

¿Por qué insistimos en la forma de OTT? Porque hoy es muy difícil para quienes están haciendo emprendimientos de canales la negociación de los contenidos. O sea, Argentina, a diferencia de México, como estábamos hablando, continúa con una negociación de contenidos; si uno está en una ciudad de 60 mil habitantes y hay dos operadores, los contenidos se empiezan a negociar por siete mil casas en adelante, cuando uno de los operadores tiene el 80 por ciento del mercado. Entonces es difícil la negociación de los contenidos.

¿Qué ha pasado en México? México primero empezó con los contenidos rudos, después se fueron ablandando, empezaron a bajar cientos de servicios de OTT, las empresas grandes están haciendo OTT. Entonces, ahora, los proveedores de contenidos ya están bajando a los pequeños ISP, que no son tantos, muy buenas formas de negociación. Creemos, viendo lo que viene de mercado hacia los pequeños, los que pedimos es que

nos ayuden a negociar contenidos. Viendo esas barreras, y por supuesto, si para todo esto somos argentinos y podemos cuidar los contenidos nacionales y siempre cuidar que la plata quede en la Argentina, bienvenido. Para esto somos una cámara argentina. No queremos decir que hay que abrir las fronteras, sino que tenemos que generarlo nosotros. No dejemos de mirar que viene una avalancha de servicios desde afuera. Este es uno de los puntos sobre la relación de televisión.

Por supuesto que a ustedes también les atañe el tema del régimen simplificado; sé que están en un proyecto de una licencia de régimen simplificado, que ya se está lanzando. Además de esto pedimos la simplificación operativa. Hoy los pequeños tenemos muchos problemas operativos por todo lo que tenemos que presentar al ENACOM y calidad de servicio. No decimos que no queremos dar calidad de servicio, pero queremos que se simplifique.

El tema del posteo es una de las cosas que nos afecta grandemente. Hoy estábamos hablando en ARSAT sobre esto y justamente estábamos comentando que de todos los que estábamos en la mesa, que éramos de 13 provincias, 3 operadores estaban haciendo fibra, el resto iba a empezar a hacer fibra. Hacer fibra significa, para el país, invertir, significa conocimiento y expandir conocimiento, significa llevar calidad de servicio a los usuarios. ¿Cuál es el problema que tenemos? No nos podemos oponer al posteo.

Una de las alternativas es lo que pasa en la República Federativa del Brasil. Esto no está en el informe porque lo tengo aparte. Hace una semana vinimos de ese país con este tema. Brasil hace años tiene una Superintendencia de la Competencia. Lo que hace este organismo, formado por 6 personas, que está el ANATEL, como si fuera el ENACOM, está ANTEL, como si fuera la distribuidora de energía, y otro que lleva los distribuidores de petróleo, que no sé por qué está en la comisión. En esa Superintendencia, por el artículo 1° se fija el valor del posteo a nivel nacional, frente a cualquier problema; segundo, legisla en cuanto a la cantidad de cables que puede haber en un poste. Aunque les parezca mentira, les puedo decir en este momento que en dos provincias que estuvieron hoy los proveedores de Internet no pueden hacer fibra; esto parece una locura, pero sucede. Esto, evidentemente frena la inversión y el crecimiento, no damos calidad, etcétera.

Por eso el tema del posteo es importante y si fuera posible pedimos llevarlo a un plano similar a lo está relanzando Brasil con más tiempo y abrirle la puerta a las pymes y negociar junto con ellas. Sabemos que es un problema que no atañe a la Nación sino que es un problema de las productoras de energía, de los gobiernos provinciales y de los gobiernos municipales. Pero los problemas existen, y en el medio están los que se hacen dueños de los postes porque están en servicio en competencia. Tenemos los nombres, tenemos la información de Brasil, que creemos que sería muy importante.

En el mismo sentido –por supuesto, esto es un resumen que vamos a dejar una copia–, el tema de las tasas, las torres y los problemas que tenemos en muchos municipios.

Con respecto a los subsidios cruzados, históricamente los proveedores de Internet chicos competíamos con los que tenían servicios monopólicos de telefonía fija en una época, hasta que la telefonía fija dejó de ser negocio y no era tan importante ese play. ¿Qué es lo que pasa? Continuamente estamos luchando con empresas que tienen servicios monopólicos que hacen subsidios cruzados. Se trata de empresas que pueden perder durante 6 años con Internet, mientras que nosotros tenemos un single play y no podemos perder con el servicio. Entonces, les pedimos –que creo que se había hablado en la ley anterior– es la posibilidad de hacer facturas separadas o que no existan esos subsidios cruzados. A veces es difícil que una empresa privada no pueda hacer eso. Si yo tengo dos servicios y no son monopólicos, es como que tengo el derecho de hacerlo; ahora, si tiene un servicio monopólico brindado por un Estado, bueno, al menos que tenga la posibilidad de no generar un subsidio cruzado.

La idea de las pequeñas localidades, como sabrán, estamos en localidades que tienen desde 500 habitantes, a 1.000, 3.000 habitantes, damos Internet hace veinte años a todas esas localidades y por supuesto, siempre necesitamos el respaldo económico, que también sé que el gobierno está tratando de realizarlo con financiamiento.

El espectro radioeléctrico da mucho para hablar, pero creo que todos saben que durante muchos años hubo frecuencias, que todavía no se utilizan. Tenemos la frecuencia de 3,5, que el mismo gobierno de Brasil la estuvo licitando en muchos pueblos, a muy bajo costo; estamos hablando de que licitaron por cerca de 200 dólares una licencia de 3,5 en un pueblo, con la finalidad de que la gente haga. Abrió mucho el negocio el desarrollo del LTE, que es una tecnología nueva, para mejorar el desarrollo en todas esas ciudades. Por supuesto, pedimos la ampliación de todas esas frecuencias

Después, otra cosa que buscamos la solución es que todo esto se extiende al campo rural. Hoy para el crecimiento argentino necesitamos que el campo crezca, que tenga más tecnología y tenemos que meterle radio al campo. Bueno, nosotros somos los que hoy estamos dando radio al campo. Necesitamos frecuencias que puedan llegar al campo. Por supuesto, deben ser frecuencias bajas.

Homologación de equipos. La idea es hacer más rápida esta homologación de equipos, porque el movimiento y la generación nueva de equipos es constante. Deseamos tener una forma de que sea más rápida o que en Latinoamérica si tengo un equipo que es homologado en Brasil, directamente sea homologado en Argentina, como había antes.

Ventanilla Pymes es lo que quería explicar respecto de lo que está haciendo Brasil en la atención de los problemas, sobre todo de posteo.

Pesificación. Hoy lo hablamos con ARSAT: todos nuestros contratos están en dólares y nosotros cobramos en pesos. Nosotros sabemos que es así, sabemos lo que estamos hablando, pero lo que pasa es que explicarle a la población que le aumentamos porque sube el dólar es difícil. Entonces, tender a un mercado pesificado.

Internet estatal. Hay muchos proyectos en las provincias en los cuales los Estados están con la posibilidad o queriendo dar Internet. Ya ha pasado en otras provincias y los resultados no han sido buenos. Realmente, zapatero a su zapato. Nosotros somos los empresarios o las pymes que debemos estar en esto.

Carga impositiva. Es tratar de simplificar el tema de todo lo que hoy se está haciendo en impuestos, sobre todo en ENACOM. Si a las pequeñas se les puede dar, como ahora va a ingresar Argentina, una moratoria, toda mi vida dije que si podemos hablar de moratoria, cuándo vamos a hablar de meritoria. Si una persona va a un pueblo de 500 a 1.000 habitantes a dar Internet, cuando sabemos que es a pérdida, que tengamos una meritoria, en una Argentina con idea y con creación.

Y sobre todo, como resumen de todo esto y que también hoy hablamos con ARSAT, un Estado que sepa que estamos en un medio que cambia y que cambia todos los días. Por eso le pedimos que tenga una mentalidad abierta como nosotros para cambiar todos los días. Y saber que todos nos equivocamos. Gracias.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Muchas gracias. Pasamos a la Cámara Argentina de Productores Independientes de Televisión. Si hay más de un orador, por favor, que se identifique al hablar.

**Sr. Borensztein.**- Muchas gracias. Mi nombre es Alejandro Borensztein, soy miembro de CAPIT, fui presidente en los últimos siete años y ahora dejé de serlo y el presidente es Diego Guebel, quien me pidió que venga porque él no estaba acá. Me acompaña Aldo Fernández, dueño de la productora El Oso Producciones, que hace los programas de Paenza, documentales, etcétera; Eduardo Bagnato, que es el director ejecutivo; Mariano Chihade, que es el dueño de la productora Mandarina, que hace los programas de Mariana Fabbiani, "Como Anillo al Dedo" y diversos programas; Pablo Wisznia, que es nuestro asesor legal en todo este tema, y Fernando Blanco, que es el dueño de Pol-ka y socio de Adrián Suar.

Voy a tratar de sintetizar un poco nuestra postura, que de todas maneras dejo por escrito en un documento que les va a entregar Eduardo Bagnato.

CAPIT nuclea a las principales productoras independientes de televisión de la Argentina. Nosotros generamos los contenidos de la televisión de manera casi mayoritaria. Están incluidos Ideas del Sur, Pol-ka, Endemol, Cuatro Cabezas, Mandarina, Carburando, Torneos y Competencias, El Oso Producciones, las productoras que tal vez los nombres de las empresas no son conocidos pero que son las productoras de figuras tan emblemáticas como Quique Estevanez, Celina Amadeo, Raúl Lecouna, están las productoras de Rosín, de Majul, de Portal, la de los Gvirtz, que ya no está más pero estaba hasta hace dos minutos. Realmente tenemos el espectro casi completo de los contenidos de televisión.

Primero me gustaría aclarar la diferencia entre lo que es producción propia y producción independiente, que es una parte clave de la ley que hubo hasta ahora y que se va a discutir ahora nuevamente.

La producción propia es la producción que hacen los canales de televisión por sí mismos dentro de sus instalaciones, con su propia gente, y la producción independiente es la que hacemos nosotros desde afuera. Para sintetizar esto, diría que la televisión que nace en los 60 es toda privada, salvo Canal 7, produce todos sus contenidos internamente, salvo las series y las películas, hasta que es estatizada en 1974. Todos los canales son del Estado desde 1974 hasta el final del gobierno de Alfonsín –o sea, Isabel, el Proceso y Alfonsín–, con excepción de Canal 9, que es devuelto a Romay en el final del gobierno de Alfonsín.

Esto significó que el Estado, que se fue debilitando y haciendo cada vez más flaco, tuvo cada vez menos capacidad de producir y la solución de los canales fue que nosotros, que veníamos de afuera, trajéramos algo; primero unos artistas, después música, aperturas, técnica, y eso fue a cambio de segundos de publicidad; esa publicidad había que venderla, había que tener un gerente de venta y una oficina, y así nos formamos como empresas, sin habernos propuesto ser empresarios de la tele sino que la situación nos llevó a ser productores que empezamos a traer de afuera las cosas que los canales no podían hacer adentro.

A partir de la privatización de los canales esta fue una tendencia ya mucho más fuerte, en donde transfirieron de alguna manera su costo laboral y buena parte de su responsabilidad en la realización de los contenidos, a nosotros, que fuimos arrancando de la nada, y damos siempre el ejemplo de Adrián, que hipotecó su casita para hacer un piloto y del éxito de "Poliladron" construyó una empresa que hoy tiene más gente que un canal de televisión. Y esa es la historia de casi todas las productoras de televisión.

En ese proceso nosotros incorporamos un montón de gente de afuera de la tele; gente del cine, de la publicidad, de las artes visuales, de las plásticas; generamos un montón de espacios nuevos dentro de lo que es la televisión, y a lo largo de estos últimos veinte años hemos producido los programas quizá más recordados y resonantes. Tengo una lista acá, que no vale la pena leer, pero están: "Gasoleros", "Showmatch", "Vulnerables", "Tumberos", "Sorpresa y media", "Kaos", "Fútbol de Primera", "Sábado Bus", "Peor es Nada", en fin, interminable.

Todo esto se hizo sin ninguna regulación. Por eso la cámara se creó en 1999, para encontrarle solución a los problemas comunes que teníamos las productoras por estar nadando en un mar que no nos reconocía como empresa, no había regulación posible.

Aquí me gustaría marcar dos puntos que van a ser básicos para los planteos que nosotros hacemos. El primero es que justamente esa cosa que trajimos de afuera de

los canales le dio a la televisión una creatividad que no tenía, y eso permitió transformar nuestra televisión en una televisión con una gran fuerza exportadora. A tal punto que entre 1998/1999 hasta 2003/2004, nosotros fuimos el cuarto exportador mundial de formatos televisivos. Los formatos televisivos fueron todos creados por las productoras independientes. ¿Qué significa esto? Que debajo de Estados Unidos, Inglaterra y Holanda estábamos nosotros, siendo que el mercado televisivo es tan chico, pero la creatividad fue tan grande que nos compraban los programas en todo el mundo. Y las ideas, que es más sugestivo todavía. Cada uno de nosotros recibió la famosa llamada del dueño de Fox diciendo "dame tu programa que a nosotros no se nos ocurrió, a los 5.000 tipos que laburan para nosotros". Tengo una lista de productos como "Violeta", "CQC" –ustedes pueden ir a cualquier lugar del mundo y es posible que encuentren una versión local de "CQC"–, "Epitafios", "Tiempo final", "Lalola", "Los Roldán", "Chiquititas", "Rebelde Way", "La Liga", "Mujeres Asesinas"; es larguísima la lista de productos que han sido exportados como formatos y como productos realizados en la Argentina. Somos la fuerza de exportación de la tele.

Al mismo tiempo, hay otro fenómeno interesante. Cuando yo empecé a ser tele, no había dónde aprender a hacer tele. Si uno no se metía en un canal y hacía un poco de carrera adentro, no había lugar donde aprender a hacer televisión. Hoy, veinte o treinta años después, se han creado infinidad de carreras en todas las universidades vinculadas a esto. La salida laboral de miles de estudiantes somos nosotros. El lugar donde todos esos estudiantes van a confluir para trabajar, para encontrar un puesto de trabajo, son básicamente las productoras independientes. Por supuesto, también están los canales, pero están en un proceso inverso. Si uno toma los últimos veinte años, los canales han ido reduciendo sus plantas laborales y nosotros las hemos ido aumentando. Y somos el lugar donde toda esa juventud hoy creo que hay más estudiantes de Comunicación que de Ingeniería va a ir a buscar trabajo.

Según nuestra cuenta, entre la gente que trabaja en las productoras independientes más lo que rodea que no es planta parmente, los actores, los autores, un montón de sectores más son casi 25 mil trabajadores.

La lista de éxitos actuales que producimos en la tele ustedes los conocen, los ven todos los días, e incluyen a "Showmatch", "Historia de un Clan", "Cocineros", "Científicos Argentinos". Podría estar dos horas enumerándolos.

Cabe también decir que el año pasado nos hicimos cargo de los dos debates presidenciales. Esto nos colocó en un lugar muy importante, inclusive con respecto a los canales.

El espíritu de nuestra propuesta no es venir a hacer un reclamo económico o un pedido al Estado sobre beneficios económicos para el sector, sino un plan de ampliación de la industria. Es decir, ¿cómo hacemos para que la industria sea más grande y, por lo tanto,

requiera de más contenidos nuestros, que esos contenidos generen más exportación y más fuentes de trabajo?

No quiero dejar de mencionar un dato que no es menor, que es que finalmente nuestros contenidos reflejan también una cosa cultural y la expresión de lo que es nuestro pueblo. No es lo mismo ver una telenovela turca que una que hace acá mi amigo Fernando Blanco con Adrián Suar.

El otro aspecto importante es que nosotros tenemos que recuperar nuestros costos básicamente acá, y competimos contra latas mexicanas, brasileras, ahora chinas, turcas, que vienen a un costo mínimo, cero. Una lata cuesta 2 mil dólares y un programa de una hora que hace Fernando Blanco cuesta 50 mil dólares.

En la última ley nosotros participamos de alguna manera en los debates, hicimos nuestras propuestas y nos escucharon relativamente. El punto más importante para nosotros, como base para poder defender la actividad, son los cupos de producción que la ley debe exigirles a los canales. ¿Qué decía la ley? ¿Qué planteamos nosotros? Que los canales grandes debían tener un cupo importante y los canales chicos un cupo menor. La ley se armó de una manera que finalmente es difícil de cumplir, porque de un millón y medio de habitantes para arriba, el 30 por ciento de la programación debe ser producción independiente; entre un millón y medio y 600 mil, exigía un 15 por ciento; y de 600 mil para abajo, exigía un 10 por ciento. Curiosamente, a la televisión pública sólo se le exigía un 20 por ciento, contra los canales privados que tenían que hacer el 30 por ciento. Es una cosa que nunca entendimos por qué no es demasiado coherente el Estado puede hacer menos de lo que hacen los privados. Todo esto fue solo para las señales abiertas; las señales de cable nacionales e internacionales estaban absolutamente exentas de toda obligación en relación a esto.

No voy a entrar con los ejemplos internacionales, que dejamos aparte, como Canadá, Brasil, Estados Unidos, la Comunidad Europea o Australia. Solo quiero marcar el caso de Brasil, que les exige a las señales internacionales que quieran emitir en Brasil, que produzcan por lo menos tres horas y media semanales en Brasil. Esto es clave porque les permitió a ellos generar la producción independiente que no tenían. Gracias a esto ellos lograron expandir la producción independiente, que estaba absolutamente reducida.

La otra cosa que quiero destacar es que a partir del desarrollo de Netflix, de E-Movies, de Youtube, tiene que contemplarse algo. Allí dejamos lo que dice ahora la Comunidad Europea, que no me voy a extender para no perder el tiempo, donde básicamente se está pidiendo que el 20 por ciento de sus contenidos sea europeo.

¿Cuál es la propuesta concreta que pedimos nosotros? Primero, en lugar del 30 por ciento de producción independiente para un millón y medio de habitantes hacia arriba, que los 5 canales importantes nacionales de cobertura nacional que son el 2, el 7,

el 9, el 11 y el 13, cumplan con un 40 por ciento de cupo de producción independiente. Acentúo Canal 7, que tenía menos, sin ninguna lógica. A su vez, para los canales chicos – incluyo a los canales de las ciudades importantes del interior que no tienen posibilidades y mucho menos un canal de Chivilcoy– bajar la cuota exigida a un 10 por ciento.

Es muy importante que esa cuota esté dividida por franjas horarias. Porque si no, podría darse la situación que un canal diga: “Bueno, okey, te doy de las dos de la mañana a las seis de la mañana” y no sirve para nada. O aún, que concentre toda su producción independiente a la mañana, por ejemplo, que es donde quizás la inversión publicitaria es menor y entonces uno puede hacer un conductor y cinco panelistas, y no una ficción que da trabajo a cien personas.

Una pequeña observación: en la ley anterior quedó un error de redacción, parece mentira, de una palabra que faltó que permitió que los canales asuman como cuota de producción independiente las repeticiones. Porque no decía la palabrita “estreno”. Es obvio que una cuota, un cupo de producción es de estreno, es nuevo. El cupo de fabricación de autos nacionales no se cumple con autos usados. Acá quedó esa pequeña puertita.

Pedimos que las señales internacionales que quieran emitir en la Argentina por lo menos produzcan cuatro horas semanales en la Argentina, al estilo de lo que se hace en Brasil, dos de producción propia y dos de producción independiente. Que se contemple la obligación a las señales internacionales.

Pedimos la creación de un Instituto Nacional de Televisión, con los mismos recursos que hoy dan los canales, sino que esto signifique un solo peso más para el Estado. Hoy los canales aportan a la actividad no televisiva un montón de dinero, que nada de eso vuelve a la televisión, va a parar al cine, al teatro, a un montón de ámbitos, pero nada de eso va a la televisión. Con que algo de eso vaya a la televisión, podríamos tener un instituto que regule todas estas cuestiones, incluso los posibles concursos, subsidios, etcétera.

Tengo mucho más para decir, para para terminar quiero decir que nosotros, como cámara, queremos participar fuertemente en la redacción de este proyecto de ley. Nosotros damos mucho trabajo, somos fuertes exportadores, nuestros productos son el reflejo de la cultura de la Argentina y que, humildemente, tenemos el know how de este tema, quizás casi como nadie.

**Sr. Blanco.-** Y siempre estuvimos ausentes.

**Sr. Borensztein.-** Y siempre estuvimos ausentes, obviamente, de todo. Gracias.

**Sra. Coordinadora (Giudici).-** Gracias a ustedes.

A continuación, hará uso de la palabra en nombre del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, María José Ravalli, responsable del área de comunicación.

UNICEF está presente en la Argentina desde mayo de 1985, brindando cooperación técnica y asistencia financiera al Estado y a la sociedad argentina en diferentes áreas vinculadas al bienestar de la infancia y de la adolescencia.

Tiene la palabra la señora Ravalli.

**Sra. Ravalli.-** Aprovecho para saludar a los miembros de la comisión, a los colegas del sector privado, de la sociedad civil. Agradecemos la oportunidad de estar participando de esta reunión y poder hacer aportes a la ley. Valoramos la invitación a colaborar y a trabajar juntos.

También aprovechamos la oportunidad para destacar que sería interesante poder identificar mecanismos que permitan incorporar las opiniones de los chicos que viven en la Argentina en el proceso de redacción de la ley.

En el país hay doce millones de chicos y de chicas, el 90 por ciento de los chicos mira televisión, en 9 de cada 10 hogares hay al menos un teléfono celular activo, el 93 por ciento de los chicos usa un buscador online y el 90 por ciento vio videos en la web en la última semana.

La verdad que la televisión e Internet son las principales fuentes de acceso a la información para los chicos y para los adolescentes. Los medios atraviesan la existencia, configuran la personalidad, impactan en la forma de conocer, de aprender, de relacionarse, de divertirse, de comunicarse. Estos datos que les cuento son una mínima expresión de todo lo que es el entramado mediático que atraviesa la vida de los chicos y que, en definitiva, también muestra lo importante que es la ley que en este momento están redactando para ellos.

Desde UNICEF entendemos que hay un marco, que es el principal, el que nos regula a nosotros y que está presente en la Constitución Argentina, que es la Convención sobre los Derechos del Niño, que establece cuáles son los derechos que tienen todos los chicos en el país y en el mundo. Este instrumento, también con las leyes de protección integral de la niñez, la Ley de Educación, la anterior Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, creemos que debería ser el plexo normativo desde el cual se debería partir en la redacción de la Ley de Convergencia.

En ese sentido, tanto en la convención como en las leyes se establecen básicamente muchos de los derechos que tienen que ver con los medios y también con Internet, más allá de que la convención fue anterior al surgimiento de Internet, lo que se postula es el derecho que tienen todos los chicos a formarse un juicio propio, a dar su

opinión, a ser escuchados, a recibir y buscar información, a acceder a información que promueva su bienestar espiritual, moral, su salud física y mental. También acceder al conocimiento sobre principios básicos de la salud y de la nutrición, y a estar protegidos contra toda forma de discriminación, de violencia mental y también de abuso.

También la convención establece la importancia de tener en cuenta las necesidades lingüísticas de los niños que pertenecen a grupos minoritarios o a pueblos originarios. En ese sentido, consideramos que también sería importante que la redacción de la ley considere lo que emana de las observaciones del Comité de Derechos del Niño, en las que se insta al Estado Argentino a garantizar el derecho que tiene cada niño a información apropiada, a recibir un trato respetuoso en los medios de comunicación, a estimular la autorregulación de los medios de comunicación y a generar espacios de participación.

La comunicación básicamente, como lo establece la convención, es un derecho y como tal creemos que esta ley debería enmarcarse desde una perspectiva de derechos humanos, en la que hay titulares de derecho, como en este caso los chicos, y también portadores de obligación, como el Estado, las instituciones educativas y la sociedad civil.

Consideramos que existen desafíos importantes que hay que tener en cuenta. Cuando indagamos a los chicos, la mayoría, el 80 por ciento, piensa que los programas no reflejan su realidad; 6 de cada 10 chicos presenciaron una situación de discriminación en la televisión; muchos creen que los medios no facilitan su participación; y en Internet y en las redes sociales, 8 de cada 10 chicos atravesaron una situación y una experiencia negativa.

Por eso creemos que no sólo desde la ley sino también desde los propios medios se debe garantizar la participación, la protección y el respeto a la dignidad.

Otro de los puntos que analizamos, que consideramos importante y que debería tener en cuenta una ley de comunicaciones convergentes y la Autoridad de Aplicación que surja de la ley es la promoción de una programación que sea respetuosa de los derechos, que sea apropiada, que sea diversa, que sea federal, que sea de calidad y que sea pertinente, que estimule el bienestar de las infancias y de las adolescencias.

Otro de los puntos que consideramos importante es la protección de la niñez frente a los contenidos que puedan afectarlos o impactarlos negativamente, los contenidos violentos, los tratos discriminatorios, las representaciones sexuales sin fines educativos, en definitiva, la programación que no es apta para personas de menor edad.

Creemos que es importante fomentar mecanismos dentro de la ley que permitan la sensibilización y la formación de los medios de comunicación, así como también la previsión de sanciones de efectivo cumplimiento cuando no se respeta el apto para todo público.

Por otro lado, coincidimos con lo que expresan algunos colegas en relación a las cuotas. Creemos que es importante que exista una cuota de programación infantil en un horario que sea apropiado para garantizar el derecho de los niños, niñas y adolescentes a contenidos que sean diseñados exclusivamente para ellos, en parte con producción nacional y regional, y en que ellos también puedan participar.

Pensamos que también es importante que la ley considere los mecanismos de denuncia frente a las violaciones a los derechos comunicacionales de la infancia y que contemple también espacios de mediación como también espacios de sanción efectiva.

Creemos que también es oportuno evaluar las oportunidades para armonizar los distintos mecanismos de denuncia que existen para lograr un funcionamiento efectivo de este sistema, que pueda garantizar efectivamente la protección de los derechos de los chicos en Internet y en los medios de comunicación.

También creemos que es importante la regulación de la publicidad que está dirigida a los niños, a las niñas y a los adolescentes.

Consideramos que sería oportuno impulsar desde la ley una política de ciudadanía digital y mediática, que impulse un uso responsable, seguro y efectivo. Específicamente, creemos que hay que impulsar una política de alfabetización digital y mediática inclusiva, como una herramienta indispensable para fomentar el acceso equitativo a la información y al conocimiento y para promover una demanda social por medios de comunicación que sean libres, independientes, plurales y respetuosos de los derechos de los chicos.

La alfabetización mediática básicamente lo que hace es reconocer el papel fundamental que tiene la información y los medios de comunicación en la vida diaria, favorecer la libertad de expresión e información, ofrecer herramientas para que las personas puedan comprender mejor cómo funcionan los medios de comunicación e información y ayudar a que los niños puedan evaluar críticamente los contenidos y tomar las decisiones fundamentadas como usuarios y productores de información.

Para esto también creemos que si se hace una política de alfabetización es importante tener en cuenta las edades de ingreso de los chicos a los medios de comunicación y a las tecnologías y tener en cuenta para cada uno de los distintos grupos etarios una política específica. No es lo mismo un servicio de cuidado de la primera infancia que la escuela primaria o la escuela secundaria. Y al mismo tiempo tener en cuenta los espacios educativos curriculares como aquellos que son extracurriculares.

También valoramos la importancia de contar con datos, de contar con información y con conocimiento sobre los consumos que tienen los niños, las niñas y los adolescentes en relación a los medios y a las tecnologías de la comunicación y de

la información. En ese sentido, creemos que sería importante impulsar un estándar de investigación sobre este tema, y una realización periódica que a su vez pueda también retroalimentar a las distintas políticas.

La verdad que creemos que esta ley de comunicaciones convergente debería también prever el desarrollo de la infraestructura necesaria y suficiente en materia de conectividad y de inclusión digital, para que todos los chicos puedan aprender, desarrollarse y estar protegidos.

Destacamos que sería importante dotar de recursos financieros, humanos y presupuestarios a las políticas de alfabetización mediática y también a aquellas de inclusión digital.

Una nueva ley de comunicaciones debería a su vez constituir una oportunidad para fortalecer el campo audiovisual y digital, con fondos de fomento concursables para contenidos infantiles audiovisuales y digitales.

Creemos que tanto una política de alfabetización como una de inclusión deberían tener en cuenta especialmente a aquellos que están en mayor situación de vulnerabilidad, como los chicos indígenas, los niños migrantes, los chicos en situación de pobreza, quienes viven en la ruralidad o quienes tienen alguna discapacidad.

Por último, creemos que es importante fortalecer la Autoridad de Aplicación que surja de la ley. Al mismo tiempo, y por la naturaleza del tema, creemos que es importante impulsar un enfoque que sea multiactoral y multisectorial, en el que estén representados la sociedad civil, el sector privado, los gremios, la academia y los distintos órganos provinciales y nacionales como el Ministerio de Comunicaciones en este caso pero también el Ministerio de Educación, el Ministerio de Salud, de Modernización, de Justicia, el Instituto Nacional contra la Discriminación.

La institucionalidad de la ley demanda la vigencia de la sustentabilidad, más allá de los cambios de gestión. En ese sentido, se deben contemplar a organismos que promuevan y protejan los derechos de las infancias y que velen por el efectivo cumplimiento, como el CONACAI, la Defensoría del Público y el Observatorio de la Discriminación en la Radio y la Televisión, entre otros.

Básicamente, con los medios de comunicación y con las tecnologías se generan muchas oportunidades, se valoriza y se ponen en ejercicio distintos derechos y también se generan nuevas brechas. Creemos que con esta ley hay una oportunidad también para reducir esas brechas y que todas las personas tengan un acceso equitativo a la información y a la comunicación. En ese sentido, también desde UNICEF estamos dispuestos a acompañar este proceso, a participar, a facilitar, a generar espacios para que otros chicos de todo el país puedan dar sus aportes a una ley que sea parte de todos. Gracias.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Muchas gracias.

Antes de pasar a las preguntas de los miembros de la comisión, les quiero recordar a todos que la próxima actividad de participación que va a realizar la comisión es en la Universidad Nacional de Cuyo, en la primera semana de julio. Entonces, invitamos a todos los asociados a participar del seminario y proponer oradores; estamos abiertos a recibir las propuestas. Sería muy bueno que UNICEF sumara algún panelista para hablar del tema específico de la infancia.

La metodología ahora entonces es que los miembros de la comisión formulen las preguntas y las organizaciones tienen tiempo para responderlas y aclarar cualquier cosa que quieran.

Tiene la palabra el doctor Henocho Aguiar.

**Sr. Aguiar.**- Pido disculpas porque como llegué tarde y no pude escuchar la primera exposición. Voy a hacer preguntas para el resto de los oradores.

En el caso de los pequeños prestadores, quería preguntarles, en todas las situaciones en donde obviamente no tienen acceso directo a Internet, cuál es su relación con la prestación de Internet, si hay diferencias sensibles según el grado de competencia que haya en el mercado mayorista de Internet, si tienen precios diferentes de interconexión según los lugares, el costo del mega a lo ancho de la geografía, cuáles son los casos de mayor diferencia que conocen, para ver hasta qué punto hay picos, hay precios ascendentes de serrucho para una misma facilidad de Internet.

En el caso de las producciones, ustedes me dirán, pero calculo que ya es difícil decir o será cada vez más difícil decir a futuro si son productores de televisión, de cine, de series, de series cortas o producciones para OTTs. Porque vamos hacia un mercado que en principio me parece que es bastante convergente también desde el lugar de sus clientes y de sus formatos.

La pregunta es si ustedes piensan en un régimen que sería el de la televisión abierta analógica digital o sería interesante ya ir pensando en lo que la ley tenía como título: en un régimen para la producción audiovisual que tenga características comunes, que unifique fondos y subsidios comunes y que sea más potente. También es cierto que cuando unifica, tiene el peligro de que si se equivoca de rumbo, se equivoca en uno a la vez; cuando hay varios sistemas de financiamiento, si uno se equivoca, un poco puede ser compensado por el otro. A veces unificar, puede generar peligros de un gigantismo centralista aún en estas cosas. La idea es, ¿unificamos y abrimos, o seguimos trabajando esto por capas diferentes, con lo que ustedes tienen distintos roles?

En el caso de UNICEF, en la exposición de María José me pareció muy linda la idea de incorporar la opinión de los chicos. Sería bueno conocer o estudiar o profundizar cuáles han sido en el mundo los modelos de participación exitosos, si hay leading case sobre participación infantil, cuáles serían los mecanismos que podríamos implementar, no solo ahora sino cuando estén funcionando la ley para el conjunto de medios.

Después, quizás fundándonos en nuestra realidad, las categorías de juventudes especialmente vulnerables, como las discapacidades, los aborígenes y las rurales son más generales en América Latina, pero en nuestro caso creo que tenemos una juventud que no sabemos cómo trabajar, que son los ni-ni. Las estadísticas no saben decir si son un millón o más. Me parece que son todos a la vez, pero tienen un estatus muy diferente y quizás con una ausencia total de política para ellos. No sé si para ellos tendríamos una política específica.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Van a responder las preguntas en el orden en que las formularon.

Tiene la palabra el señor De Ambrosio.

**Sr. De Ambrosio.**- Los precios de Internet en Argentina, gracias a Dios, vienen cambiando año a año. Antes teníamos una diferencia muy dispar en el interior del país, y se ha achicando cada vez más la diferencia. Esperamos que ahora, con la intervención de ARSAT, sea otro modulador más y nos coloque al interior del país en una situación transversal, como son hoy todas las comunicaciones. Hoy se nos propone ARSAT...

**Sr. Aguiar.**- La pregunta es donde no está ARSAT, porque ARSAT está en todos lados.

Sr. De Ambrosio.- En mi localidad todavía no está, pero lo quiero mencionar porque eso va a cambiar la forma de comunicación en el país. ARSAT propone una forma de comunicación transversal donde comunicarse de La Quiaca a Mendoza va a ser lo mismo que de La Quiaca a Buenos Aires. Esto significa que estamos pensando en un país centralizado en comunicaciones a lo que es hoy la comunicación. Hoy nosotros nos comunicamos sin tener una telefónica en el medio, nos comunicamos a través de un whatsapp y va a través del wi-fi de acá, si quieren. Los medios de comunicación cambian.

El precio de Internet viene cambiando año a año, va a seguir cambiando porque en el mundo viene cambiando, gracias a Dios los precios van hacia abajo por el volumen que uno viene comprando. Yo empecé en el año 96 comprando 32K, y hoy tengo 1.500.000.000. Ya se me fue el número en comparación.

Gracias a Dios, bien a eso, el precio del valor de Internet es una componente importante en nuestra economía pero no la de mayor importancia. Por eso, la idea es invertir más para llevar más calidad de servicio. Antes era una componente importante, pero ahora viene bajando. La idea de esto es la convergencia de servicios, dar más servicios.

Para dar una respuesta rápida voy a mostrar una relación que hoy hablamos poniendo un caso extremo. Clorinda hace un año estaba comprando a 140 dólares y hoy lo hace a 22 dólares y va a comprar a menos. También persisten los problemas limítrofes, como por ejemplo en Andresito, en la frontera con Brasil, que le están entrando con señal de ese país, esa gente necesita una solución, necesitamos llevarle servicio de calidad. Encima el de Andresito, un pueblo chiquitito, también quiere poner fibra y dar televisión; es un ejemplo por eso lo nombro. Es un pueblo chiquitito y una empresa chiquitita.

Los precios vienen mejorando y creemos que van a seguir haciéndolo, gracias a Dios, porque es una tendencia mundial, y también el volumen que compramos es mucho más grande.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Ahora la pregunta para CAPIT.

**Sr. Borensztein.**- Obviamente el cine, la televisión, quizá vistos con cierta distancia se pueden ver como un único mundo audiovisual, que además va evolucionando de una manera que no sabemos.

Quizás una de las cosas más difíciles que ustedes tienen que hacer con esta ley es que sea para un mundo que no saben cómo es. Es igual a la educación, estamos educando chicos que no sabemos en qué mundo van a trabajar. Es muy difícil prever esto, y de hecho, cuando se hizo la ley anterior, no existía Netflix, por ejemplo, y eso pasó hace 5 minutos.

Sin embargo, la televisión es una cosa y el cine otra; los sindicatos son distintos, el régimen de funcionamiento es distinto, y los contratos son distintos. Estoy improvisando la respuesta, pero seguramente la cámara va a querer discutir esto. Ya lo ha tratado bastante y seguramente va a querer hacer una propuesta formal sobre esto.

Cuando nosotros decimos que queremos que haya un Instituto de Televisión, es porque es otra cosa la televisión. El Instituto del Cine se maneja con criterios de cine, recibe fondos de la televisión y a la hora de aplicarlos a la televisión, no van ahí sino al cine. Cuando decimos de formar este instituto, el Instituto del Cine funcionaba con 100 personas hasta hace poco y hoy tiene 800 personas. Si nos dan 100, nomás, sin que les cueste un "sope", ya tenemos un Instituto de Televisión. Es distinto, es distinto un concurso, es otra cosa. Parece todo lo mismo visto de afuera. Cuando uno pone Netflix, te ofrecen películas, te ofrecen series, pero es distinto. En principio, yo diría que converger todo eso y decir que es una sola cosa audiovisual, va a ser difícil y va a generar conflictos con sectores que son amigos, y ni les cuento el conflicto sindical que se les va a armar, porque son sindicatos distintos.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- UNICEF.

**Sra. Ravalli.-** Primero, celebramos que les interese la idea de impulsar la participación de los chicos en la redacción de la ley. Hay muchas experiencias desde la década del 70, que UNICEF viene promoviendo una escalera de participación a través de distintas estrategias. En ese sentido, creemos que tal vez en ese proceso uno podría pensar en combinar distintas estrategias, desde foros de participación subregional en las provincias, donde poder tener la diversidad de los chicos que viven en zonas rurales, que viven en pueblos originarios, poder tener la representatividad de todo el país, poder también apoyarse en el sistema educativo para dentro de ese propio sistema generar un espacio de participación formal para tener insumos para la ley. Y también, teniendo en cuenta que es una ley de convergencia, a través de algún medio tecnológico, nosotros tenemos una aplicación de participación, pero hay otras que el propio Estado tiene y que se podrían desarrollar específicamente, que podría ayudar y seguramente podrían venir ideas muy interesantes y novedosas.

En particular, con los chicos ni-ni, que no estudian ni trabajan, por las estadísticas que nosotros tenemos, el acceso a tecnología básicamente está atravesando todos los niveles socioeconómicos y a todos los sectores, con lo cual, también son consumidores de medios y de acceso a la información y sería importante sumarlos a este proceso.

**Sra. Coordinadora (Giudici).-** Gracias. Tengo una pregunta para CAPIT, si me permiten. Ustedes señalaban que la ley 26.522 había dado buen resultado en el tema de cuota de producción, y establecen ahora, si entendí bien, como una meta a alcanzar, que es parecida a la regulación de Brasil, donde en vez de segmentar por habitante, segmentaríamos por tamaño de medio o por alcance de medio.

**Sr. Borensztein.-** Tal vez no me expresé bien. Yo no dije que la cuota había funcionado bien. Yo lo que dije fue que la cuota que obligaron a los canales fue menor a la que teníamos; no nos conformó eso. Por suerte, algunos canales no usan esa cuota y la superan. Pero en algún momento la usan, y en algún momento están por debajo. Y aquí agregaría algo que no dije, que es que es fundamental el sistema de control de la Autoridad de Aplicación, porque como estaba en la ley anterior, los canales presentaban una declaración jurada a fin de año sobre lo que habían hecho ese año. Para nosotros, ya estamos todos muertos si los canales no cumplen la cuota y lo cuentan a fin de año.

Ahora, específicamente en esto, el 30 por ciento era escaso para los canales nacionales. Con respecto a lo de Brasil es otra cosa. Lo que marqué de Brasil es que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que hubo hasta ahora no decía nada con respecto a las señales internacionales. En Brasil establecieron que las señales internacionales, el que quiera emitir en Brasil, tres horas y media tiene que producirlas en Brasil y pasarlas en el prime time. Ese es el punto. Entonces, a nosotros nos parece que eso sí sería agrandar la industria, obligarlos a producir algo.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Eso es para señales extranjeras.

**Sr. Borensztein.**- Señales pagas, extranjeras y nacionales.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Y para segmentar ustedes proponían un esquema distinto; en vez de por habitante, por alcance de medio.

**Sr. Borensztein.**- No, lo que nosotros hablamos es más simple. Los canales nacionales, que son los cinco canales, con algún mecanismo que ustedes expresen, para que el día de mañana, cuando todo sea otra cosa, no se nos escape algo. Porque también es verdad que la tecnología cambia. Entonces, habrá que prever las nuevas cosas. Pero hoy por hoy tenemos cinco canales nacionales, uno público y cuatro privados, que llegan a prácticamente todo el país. Ellos deberían estar obligados a cubrir una cuota de producción propia, que la tienen, y en nuestro caso lo que nos importa especialmente es de producción independiente.

**Sr. Gil Domínguez.**- Canales chicos, 10 por ciento.

**Sr. Borensztein.**- A los canales chicos los han obligado a más y la verdad, un millón y medio de habitantes incluye a canales chicos, como lo planteaban ellos. No tienen manera. De hecho, no lo cumplieron nunca.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Sí, era un poco contradictorio. Por un lado, les exigían mayor cantidad de producción propia, y por otro lado restringían a los operadores de cable a tener solo una señal de producción propia. Era bien contradictorio. Por eso el desafío ahora es hacer un marco que unifique y sea coherente y fomente la producción de contenidos de verdad, porque muchas veces la declamación es que alentamos la producción nacional, pero la verdad que no se logró.

Tiene la palabra el doctor Huici.

**Sr. Huici.**- Hay mucho para preguntar, tomé nota de muchas cosas y me llevo muchas ideas para reflexionar.

Respecto de la presentación de UNICEF hay algo que no escuché, que es la responsabilidad de los padres. A mí me parece -no sé qué opina UNICEF- que hoy en día, además de facilitar muchas cosas, buenas y malas, la tecnología entre las cosas buenas que puede tener es darles más control a los padres o a los responsables de los menores, que hoy no necesariamente son los padres, respecto de qué ven, cómo se educan, cómo se entretienen. No sé si no tendríamos a futuro que pensar más en este entorno que se viene, dentro de ese plan de alfabetización digital que mencionabas, enseñarles a los padres, a los mayores, a los responsables de los menores, cómo usar la tecnología para proteger a los chicos de las cosas que no queremos que vean por su grado de evolución madurativa y demás, tanto en Internet como en los medios audiovisuales.

**Sra. Ravalli.-** En general, lo que nosotros observamos por las encuestas que hacemos es que la mayoría de los consumos de los chicos, sobre todo digitales, se dan en soledad. Los chicos abren una cuenta en una red social solos; navegan en soledad, y la mayoría de las actividades que realizan, las realizan en soledad. En ese sentido, también lo que ocurre es que muchas veces los chicos tienen conocimiento respecto de, por ejemplo, cómo bloquear un contacto, tienen herramientas operacionales que les da la propia red para reducir los riesgos. Sin embargo, frente a situaciones de mayor complejidad, que también las tenemos estudiadas, como por ejemplo personas que les piden fotos desnudos u otro tipo de situaciones de mayor complejidad, ahí se requiere una mediación parental o de los docentes.

En un programa de alfabetización digital y mediático sería importante, como vos decís, poder tener la integralidad de todos los actores: por un lado, los docentes, que también requieren de formación específica, los equipos directivos, los propios chicos, los supervisores de los sistemas educativos y los padres. En general, la formación de habilidades para la crianza en todos los aspectos nos parece desde UNICEF que es algo fundamental. Es un desafío a la implementación, respecto de cómo el Estado podría generar eso.

Campañas de concientización creemos que es otra estrategia fundamental para llegar a la población y a la opinión pública. Pero sí, cada uno de estos actores debería tener acceso a información, tal vez no tan específico respecto del uso de la tecnología, porque muchas veces lo que ocurre es que los padres desconocen los aspectos específicos de las herramientas o de las plataformas, pero siempre como adultos tienen la capacidad de orientar y guiar. En ese sentido, eso es lo principal que desde UNICEF impulsamos en el uso seguro de las tecnologías.

**Sr. Huici.-** Gracias. Una pregunta para SADAIC sobre mantenimiento de cuotas, sobre todo en temas como el de la música. Hay radios que pasan toda música argentina, por ejemplo folklore, ahí no hay problema de cuota. En otros puede haber, por ejemplo, si uno quiere escuchar música clásica, la pregunta sería qué se entiende por música nacional, si el intérprete sea nacional o que el autor de la obra que se está escuchando sea nacional. Si es el autor, se complicaría; si es el intérprete, está solucionado.

Ahora, también hay radios temáticas, que se dedican a determinado género de música. No voy a dar sintonía del dial, pero la que yo escucho pasa música de determinada época en determinado idioma, con lo cual, es imposible que cumpla la cuota. ¿Qué hacemos? ¿Lo prohibimos? ¿Planteamos de prepo la cuota? ¿Fijamos la cuota en el conjunto de todo el medio?

**Sr. Ocampo.-** El tema de la cuota, tal como usted lo plantea, no va a reflejar solamente en la música; puede reflejar en otras creaciones también, si se diera el fenómeno de una señal que emitiera audiovisuales temáticos exclusivamente o una cosa por el estilo; podría ser esta temática audiovisuales de contenido equis que representa una cultura determinada

que no se identifique con la producción argentina. Podría ocurrir. A mí no se me escapa, por otro lado, que el tema de la cuota siempre genera cortocircuitos.

Lo que sí me parece, el ejemplo de música sinfónica, hay música sinfónica argentina; reconozco que uno identifica la música sinfónica naturalmente con la música clásica histórica, y la música clásica histórica no tiene representación nacional, soy consciente de eso, pero hay una muy buena música sinfónica argentina que podría tomarse en cuenta a los efectos del cumplimiento de la cuota.

Y las radios temáticas, pues deberían ajustar su temática a la legislación que se les aplica. Nosotros entendemos que establecer cuotas necesariamente significa imponer reglas de comportamiento a los que están dentro del sistema y estas reglas tienen que ser respetadas y/o hechas respetar por la Autoridad de Aplicación de alguna manera a los efectos de que se cumpla con la ley.

Esto tiene que ver más que nada con dos aspectos. Primero, con el fomento de la cultura nacional. Esto para nosotros es importante a través del mecanismo de cuotas. Segundo, con la contribución económica de las personas que juegan en esta cancha de fútbol, que es todo lo que tiene que ver con el uso de contenidos protegidos. Nosotros creemos que la mejor manera de proteger el interés de los creadores argentinos en todos los aspectos es por medio del mecanismo de cuotas, bien regulado, por supuesto, porque insisto en que tiene que haber un mecanismo que permita que esto se utilice en momentos en que hay audición de estos temas y no en un horario marginal donde no tenga el efecto que queremos que tenga.

Está claro que definir qué es música nacional, si es autores o intérpretes nacionales, es un tema que a mi modo de ver tiene algunas aristas. Autores nacionales, lo tengo claro en cuanto a qué son autores argentinos. Intérpretes nacionales cambia, porque el intérprete nacional puede dedicarse exclusivamente a interpretar música que no es argentina. Aquí está el tema de cómo entendemos la cuota. Nosotros entendemos que autores e intérpretes nacionales significa el uso de creaciones nacionales.

**Sr. Huici.-** Otra pregunta, en este caso a CAPIT, vinculado también al tema de las cuotas. Hoy tenemos en algunos medios audiovisuales infinidad de señales. Si uno quiere ver béisbol americano, tiene una señal específica, otra que le pasa la liga de Francia, la liga de Italia, la liga de España. ¿La propuesta de ustedes implica que cada una de esas señales tenga que tener 4 horas semanales de producción, 2 propias y 2 independientes?

**Sr. Borensztein.-** No, obviamente existen las señales temáticas, escuché la exposición de recién. No lo vamos a exigir a una señal deportiva o informativa o a una señal religiosa, que las hay, porque no tiene sentido. Hay que analizar todo el espectro y hay que ver cuáles son las señales que realmente califican para esta exigencia. Podría ser HBO o Sony. Ustedes hoy miran HBO, con las mejores series norteamericanas y de repente en la mitad aparece una

serie brasilera. ¿Por qué aparece una serie brasilera? Bueno, porque Brasil les exigió tres horas y media semanales. Nosotros creemos que hay una cantidad de señales que califican para esa exigencia. De ninguna manera le vamos a pedir a CNN de Estados Unidos que nos ponga un programa de televisión. No es la idea. Quedan fuera de todo esto las temáticas, básicamente.

**Sr. Huici.-** ¿Y el criterio de Brasil, que lo mencionaste varias veces, cuál es?

**Sr. Borensztein.-** Es este: no les exige.

**Sr. Huici.-** ¿A cuáles les exige? Está claro que a las temáticas no les exige.

**Sr. Borensztein.-** Ellos llaman espacios calificados.

**Sr. Wisznia.-** Son los que tienen 50 por ciento de tiempo de pantalla en ficciones, que llaman espacio calificado. Todo lo que no sea espacio calificado, no.

**Sr. Gil Domínguez.-** Contenidos diversos.

**Sra. Coordinadora (Giudici).-** Con razón hay series brasileras.

**Sr. Borensztein.-** Son mejores las nuestras, pero ellos los obligan y lo hacen.

**Sr. Huici.-** Respecto del Instituto de TV, en realidad el instituto no es de cine, sino de cine y de artes visuales, lo cual es más amplio. ¿No sería mejor, si está funcionando mal, hacerlo que funcione bien y no andar creando otro instituto? Mañana vienen con el instituto de los documentales, con el instituto del cortometraje.

**Sr. Borensztein.-** La realidad es que el Instituto de Cine es de cine, claramente, por más que le pongan un montón de cosas. Hasta ahora, el Instituto de Cine es de cine. Redondeando la pregunta que me hizo Aguiar hace un rato, la tele tiene géneros, como diferencia con el cine. Nosotros tenemos entretenimientos, realities, informativos; la televisión tiene un montón de géneros. El cine no tiene géneros en ese sentido. A nosotros nos parece que el Instituto de Televisión, canalizando recursos que ya existen, que ya aporta la televisión, simplemente hay que desviar algo de esos recursos, podría funcionar mucho más claramente para todo lo que ya existe, que son concursos, subsidios, justamente esta semana se lanzó uno. Todavía está en la nebulosa, todavía pasa por el INCAA. Es raro.

**Sr. Blanco.-** El INCAA está funcionando desde 1994 como artes visuales y no produjo absolutamente nada. Lo que se produjo en el último gobierno iba vía De Vido, Planificación.

**Sra. Coordinadora (Giudici).-** Iba vía BACUA. La mayor cantidad de latas del BACUA no tuvieron pantalla nunca.

**Sr. Blanco.-** Claro. Acá el gran problema es toda la cantidad de estudiantes que se viene y como decía Alejandro, hay más estudiantes de nuestro rubro que de Ingeniería. Entonces, si no hacemos algo entre todos nosotros, va a colapsar. Esta es la realidad.

**Sra. Coordinadora (Giudici).-** No es un aviso parroquial, pero quiero comentarles que desde el Sistema Público de Medios y desde el Ministerio de Cultura se promueve un nuevo plan de producción de contenidos audiovisuales. No sé si ustedes fueron convocados.

Más allá de la redacción de la ley, sería bueno que promovamos una reunión entre todos los involucrados para entender mejor nosotros el sistema. A lo mejor en la nueva regulación se puede ordenar. También coincidimos con que el producido de la tasa que pagan, que administramos nosotros desde el ENACOM, termina yendo al Instituto del Teatro, al Instituto de la Música, al Instituto del Cine, y quizás este organismo que es regulador no tuvo suficiente injerencia en esa discusión con el resto de las áreas que manejaron hasta ahora.

Entonces, tratando de salir de ese caos, donde Planificación terminó destinando miles de millones a producciones de contenidos que nunca se emitieron, tal vez podríamos generar una reunión específica con todos los actores gubernamentales que tienen que ver en esto y empezar a generar una propuesta que los contemple a todos. Si lo miramos solamente desde el punto de vista tributario o administrativo, nos vamos a confundir. Como sé que en el Sistema Federal de Medios y en Cultura se está trabajando ahora en estos temas, sería bueno que podamos sumarnos.

**Sr. Borensztein.-** Sí, perfecto.

**Sra. Coordinadora (Giudici).-** Por supuesto que después lo haremos extensivo a todas las organizaciones que les interese este tema de contenidos. Sería bueno que ya nos sumemos en ese trabajo, porque seguramente en el Sistema de Medios Públicos se está trabajando en algo innovador respecto a ordenar los recursos. Ustedes saben que el INCAA sufrió una cantidad de irregularidades impresionantes en cuanto al manejo de dinero: no estaban las rendiciones de cuentas, no se sabía de dónde venían los recursos. Aprocinema hizo un montón de denuncias. Como el tema está candente, más allá de lo que escribamos para la ley, sería bueno empezar a discutir qué se está haciendo en la coyuntura con esto, para no quedar desplazados y que luego, cuando queramos sumarnos dentro de dos años cuando la regulación esté vigente, esté todo terminado.

**Sr. Huici.-** Para terminar con la inquietud de los cupos, vos mencionaste durante tu exposición la cantidad de programación exitosa que hicieron antes de que existiera la regulación de la ley 26.522, con lo cual, parece ser que no hay una relación entre cupo y el éxito de la producción independiente.

¿Ustedes admitirían también para su producción independiente la existencia de cuotas?

**Sr. Borensztein.-** ¿Qué diferencia hay entre cuotas y cupos?

**Sr. Huici.-** No, ninguna. Estoy usándolo como sinónimo.

**Sr. Borensztein.-** Yo hice la lista de los éxitos. La de los fracasos no se la conté. La verdad que, por el valor agregado que le dimos, tuvimos la posibilidad de hacer la mejor programación dentro de todo.

Como dije antes, la cuota de producción independiente que definió la última ley estaba por debajo de lo que realmente hacíamos. Los canales que quisieron cuidar eso, nos siguieron dando más programación. Nosotros en la Argentina hemos tenido canal de televisión que ponía una telenovela mexicana desde la mañana hasta la noche. Entonces, me parece que el tema de las cuotas o cupos es básico para sostener un volumen industrial, porque de eso se trata.

**Sr. Blanco.-** Coma, con un señor que vive en Miami y compra latas para toda Latinoamérica. Hay que decir las cosas como son.

**Sr. Borensztein.-** Bueno, pero como nos están filmando... (Risas.)

**Sr. Blanco.-** No hay problema, las cosas como son.

**Sr. Borensztein.-** Podríamos contar cosas peores, es así.

**Sr. Blanco.-** Uno como independiente dice: ¿con qué estamos compitiendo?

**Sr. Borensztein.-** Sin olvidarnos de que un canal de televisión de aire es una empresa privada que explota una onda pública.

No sé si contesté o me fui para otro lado.

**Sr. Huici.-** No contestaste la segunda parte: si aceptarían cupos o cuotas para su propia producción. Yo diría cómo tenés que segmentar o cómo tenés que hacer la producción: producción independiente tanto, producción infantil tanto, tanto deportivo, tanto ficción...

**Sr. Borensztein.-** Lo que pasa es que las productoras independientes de alguna manera están especializadas. Mi compañero de la derecha es el rey de la ficción; si yo le doy para que haga un programa periodístico, no va a saber qué hacer. El periodístico está allá. Se me fue el del entretenimiento. La verdad que las productoras en general hacen algo específico, porque tienen un know how sobre cierto formato.

De todas maneras, hay un punto importante, que tiene que ver con lo que ella dijo, que es la cuota infantil. Eso sí nosotros lo apoyamos y la ley anterior tenía un

problema de base -quiero que me ayude Eduardo- que es que no permitía meter publicidad. Entonces, ¿cómo hacés un programa en producción independiente para chicos si no te dejan hacer publicidad? La única manera es que el canal lo haga a pérdida o que el Estado lo financie. No se podía hacer y se reemplazó con “El Zorro”. (Risas.) Es así. Entonces, la cuota de producción infantil requiere pensar cómo se hace el programa infantil. Nosotros tenemos en la cámara productoras que hacen programas infantiles y no los pueden hacer porque no los dejan poner avisos, y sin avisos, alguien tiene que pagarlo.

**Sra. Ravalli.-** En ese sentido también sería bueno poder estudiar, entendiendo las necesidades de las productoras, la regulación respecto de la publicidad dirigida a chicos. Una cosa es hacerlo sobre comida chatarra y otra cosa es sobre otro tipo de producto. En eso me parece que también es un tema para explorar y trabajar, porque si no, nunca se va a terminar de cumplir la cuota que uno quiere tener de programación infantil.

**Sr. Gil Domínguez.-** Tengo un par de preguntas. Primero para SADAIC. Me gustaría que mínimamente amplíe el concepto de responsabilidad subjetiva para proteger los derechos de los titulares de la propiedad intelectual y cómo ese concepto se condice o no con el estándar fijado por la Corte Suprema de Justicia en el caso “Belén Rodríguez”, y si el supuesto de responsabilidad objetiva sería solamente para proteger los derechos de propiedad intelectual o también para operadores u otros supuestos.

**Sr. Ocampo.-** La realidad es que cuando nosotros estamos proponiendo que se reconozca una remuneración compensatoria a favor de los titulares de derechos de propiedad intelectual estamos hablando de la aplicación de la responsabilidad objetiva. Vale decir, el hecho de que la tecnología tenga una actividad riesgosa porque potencialmente puede ser utilizada para afectar los derechos de terceros ajenos a la tecnología, y en definitiva la tecnología haga un negocio con esa propiedad intelectual involucrada, le genera una responsabilidad, le genera un daño potencial y esa responsabilidad se vería recompensada a través de esta remuneración. Desde este punto de vista, el análisis que nosotros estamos haciendo o lo que estamos pidiendo es que la ley reconozca una suerte de responsabilidad objetiva que genere la obligación de remunerar esta actividad.

El fallo de la Corte fue precisamente por otro camino. El fallo de la Corte, por lo pronto, no reconoció la responsabilidad objetiva en el tema de los buscadores, y aparte recogió de alguna manera la responsabilidad subjetiva, con un conocimiento, en teoría, según el fallo de la Corte, más acabado de parte del buscador para que genere la responsabilidad. Es decir, la Corte dijo en esta causa algo así como que no está probado que se haya intimado o se haya hecho una gestión activa en orden a dar de baja la remisión que se hacía. Entonces, la Corte aplicó ahí a ultranza la responsabilidad subjetiva.

Nosotros, primero, respetamos el fallo de la Corte, obviamente, porque no lo vamos a cuestionar desde el punto de vista que viene de la Corte Suprema de Justicia. Lo que pedimos es que la ley cambie en ese sentido y reconozca este hecho, porque es un

hecho real. No voy a decir qué compañía telefónica, pero hubo una compañía telefónica que cuando vendía servicios de Internet decía: "si usted quiere hacer peer to peer de la mejor manera posible, contrate con tanta velocidad". Y lo que estaba proponiendo, el peer to peer, era claramente una actividad ilegal, porque los sitios que permitían el intercambio de archivos musicales eran ilegales, no pagaban derechos de autor por el uso de obras musicales. El aviso duró un mes en el aire y cuando se dieron cuenta de que nosotros habíamos levantado un acta notarial y dejado constancia de esto, lo dieron de baja, porque se dan cuenta de que estaban utilizando la tecnología y ofrecían el servicio en función de algo que permitía actividades ilegales, que es el caso puntual que no pagar los derechos de autor o derechos de propiedad intelectual que están involucrados.

Entonces, en este esquema, y ocurre también con los audiovisuales, con los sitios que permiten la bajada de películas o el streaming de películas y no pagan derechos, nosotros decimos que todo esto se hace porque la tecnología lo permite. Cuando salgo a manejar con un auto en la Ciudad de Buenos Aires hago una actividad permitida. Ahora, yo estoy manejando algo que es objetivamente riesgoso y, en consecuencia, si provoco un daño con eso, tengo que responder. Yo digo que el concepto del artículo 1113 original, trasladado a la propiedad intelectual y dentro del esquema de ampliación del concepto de responsabilidad objetiva dentro del Código Civil y Comercial de la Nación, habilitaría una norma específica en ese sentido. Porque lo que hace esta norma al establecer una remuneración es evitar que por cada hecho dañoso se tenga que generar un pleito. Lo que hace en definitiva que tanta generación de pleitos termine no generando ninguno y la ilicitud se sigue produciendo.

**Sr. Gil Domínguez.-** Sería solamente para proteger propiedad intelectual, no por ejemplo para buscadores.

**Sr. Ocampo.-** No, yo creo que los buscadores también tienen que empezar a analizar el tema de la responsabilidad objetiva, porque en el caso puntual de esta modelo, que se remitía a una página pornográfica, la tecnología permitía que esto ocurriera. Ellos se escudaron en decir: "Nosotros no hemos participado, nosotros ponemos la tecnología y el que usa el servicio lo usa como quiere". Es el famoso tema de la neutralidad de la tecnología, pero eso en Internet es absolutamente discutible. En Estados Unidos hay un fallo de su Corte Suprema, el caso "MGM v. Grokster", que era un sitio que permitía el intercambio de archivos fílmicos, de películas, se escudó en que la tecnología es neutra, dijo "yo permito esto pero no intervengo activamente" y la Corte de Estados Unidos dijo: "usted no interviene activamente, pero el 90 por ciento de su negocio es permitir la transmisión de contenidos protegidos, en forma ilegal, tiene que responder" y lo obligó a dar de baja y pagar una indemnización. Este es el concepto sustancial.

**Sr. Gil Domínguez.-** Muchas gracias. A la Cámara Argentina de Pequeños Proveedores de Internet, solamente una consulta, más que nada. Ustedes de alguna manera han postulado una política activa del Estado propiciar la generación de OTTs nacionales.

**Sr. De Ambrosio.-** Sí, también. Vemos que mundialmente se viene moviendo el servicio de OTT. Entonces, ya hay propuestas de OTT de Colombia, de OTT de Estados Unidos, de OTT de México que prometen contenidos en español. La idea es que nosotros vivimos acá, yo los escucho y la verdad que yo ando en Latinoamérica y entiendo lo que son los contenidos argentinos y son muy importantes. Argentina genera una muy buena mano de obra. Lo lógico sería los contenidos unirse a los proveedores de Internet, no hacer este tipo de negociaciones duras en cuanto a contenidos, y empezar a generar OTT nacionales. La Argentina siempre ha sido líder.

**Sr. Gil Domínguez.-** En contenidos, no en servicios.

**Sr. De Ambrosio.-** La Argentina ha sido líder, como es líder en contenidos, también es líder en servicios. La Argentina, en cuanto a Internet, muchos de los que viajan acá y dan charlas lo saben, es de los signos de observación en cuanto al crecimiento de Internet en todo el país y al desarrollo. Así como fue de los cableros, también es de Internet.

Me parece que empezar a generar OTTs nacionales con contenido nacional desde acá, se reflejaría en todo Latinoamérica. Voy a dar un ejemplo sencillito. Soy de La Pampa, un día estaba en Venezuela mirando televisión y a la una de la mañana apareció mi canal de La Pampa pasando un programa de autos, porque se lo vendía a Canal 2 y éste se lo vendía a Venezuela y a la una de la mañana lo estaban pasando.

Entonces, somos generadores de mano de obra. Me parece que deberíamos nosotros empezar a generar OTTs nacionales, de contenidos nacionales, de televisión nacional, poder bajarles a nuestros usuarios de los canales nacionales servicios de ustedes, y eso se vería reflejado en Latinoamérica, porque consume muchísimo nuestros productos.

Por último, quiero decir que escuché que ahora van del Ministerio a una reunión en Playa del Carmen y Cancún.

**Sra. Coordinadora (Giudici).-** No, nosotros no.

**Sr. De Ambrosio.-** Hay una reunión de ministros de Comunicaciones. Lo que le quiero decir es que una empresa de La Pampa hizo telecomunicaciones en Cancún y Playa del Carmen. Nosotros hicimos las redes de afuera al canal de cable. Esto significa dónde estamos los argentinos.

**Sr. Gil Domínguez.-** Para CAPIT quiero hacer una pregunta y una consulta futurista.

La pregunta es si sería factible para ustedes que la Autoridad de Aplicación hiciera un control periódico de las cuotas, si fuese facultad de la Autoridad de Aplicación, en vez de hacer un control como el que hacía con la ley vigente, que haga un control periódico.

La ayuda futurista es si ustedes están pensando de alguna manera en un modelo de negocios donde la televisión se mude a Internet, donde deje el espacio radioeléctrico y esté instalada plenamente en Internet en 10 años. ¿Ustedes tienen un modelo de negocios en donde esa televisión va a estar en Internet, el acceso va a ser Internet, se va a divulgar por Internet?

**Sr. Borensztein.-** Primero la fácil. Las cuotas, no sé cuál es el mecanismo, pero tienen que ser controladas muy periódicamente. Daba el ejemplo de cómo funciona ahora: es una declaración jurada sobre lo hecho el año anterior, con el agravante de que nosotros, la Cámara de Productoras de Televisión, nunca pudimos tener acceso a esas declaraciones juradas. El AFSCA nunca nos entregó esas declaraciones, así que ni siquiera sabemos si los canales entregaban esas declaraciones juradas. Eso tiene que ser accesible, tenemos que tener acceso directo, fácil, y además tiene que ser por mes, bimestral.

**Sr. Aguiar.-** Fueron por escrito.

**Sr. Borensztein.-** Nunca tuvimos nada.

**Sr. Bagnato.-** Tampoco el AFSCA emitió ningún reporte.

**Sr. Borensztein.-** Esta es la realidad. Allí está Bagnato, que yo lo volví loco durante los últimos años para que consiga eso. Nunca nos entregaron nada. Nosotros controlamos por las nuestras y sabíamos que no lo cumplían.

Respecto a la otra pregunta, es muy difícil, no lo sé. Mi experiencia personal es que Internet todavía no ha podido ser monetizada por los generadores de contenidos, básicamente. Yo he hecho algún contenido personal para Internet y fue prácticamente ad honorem. El mundo todavía no lo puede resolver. Son muy pocos los que le han encontrado alguna vuelta a este asunto.

**Sr. Blanco.-** Creo que hay muchas plataformas diferentes, Netflix o las diferentes señales de cable están supliendo mucho lo que es la televisión de aire. Del lado de Pol-ka estamos apuntando mucho para ese mercado.

**Sr. Bagnato.-** Además, para eso, también hay un tema técnico. El ancho de banda, el soporte que va a haber. Si vos querés pensar en un modelo de negocio de ese tipo, tiene que haber una estructura técnica, los señores lo sabrán explicar, que pueda soportar todo eso para mantener la calidad del 4K, del 8K y lo que venga.

**Sr. Fernández.-** Hay un tema que agregar, que no tiene tanto que ver con el usuario, que es el consumo de televisión lineal y no lineal, que es lo que viene con las OTTs; no tiene tanto que ver esto con el carrier. El carrier puede ser Internet, puede ser satélite, puede ser la onda radioeléctrica. ¿Cómo vamos a consumir la televisión?

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- El on demand.

**Sr. Fernández.**- Eso también tiene que ver con el espectáculo que se va a transmitir. El deporte en vivo lo vamos a consumir en el momento en que está ocurriendo. Una serie hoy preferimos consumirla, no cuando se emite, sino cuando tenemos ganas y tiempo de verla.

**Sr. Gil Domínguez.**- La última pregunta, cortita, que quiero hacer a UNICEF, ¿ustedes consideran que tal como está hoy el Consejo Asesor de los Niños, Niñas y Adolescentes en la 26.522 está bien? ¿Habría que modificarlo? ¿Habría que agregarle algo?

**Sra. Ravalli.**- En ese sentido, el Consejo, tal como está planteado hoy, creemos que tiene una buena representatividad de la sociedad civil, de las provincias, de los gremios. También creemos que podría tener representantes de los propios medios de comunicación y otros organismos de gobierno que también están atravesados por el tema de los medios de comunicación. Hay participación de la Secretaría de la Niñez. Creemos que también podría ampliar algunas de sus funciones que tiene previstas dentro de la ley y mantener algunas de las que ya existen.

En ese sentido, centralmente lo que consideramos es el tema de la política de alfabetización digital, que debería estar acompañada por un consejo asesor, la Autoridad de Aplicación debería participar. Pero también ahí el Ministerio de Educación debería tener un rol clave en la implementación.

**Sr. Gil Domínguez.**- Muchas gracias.

**Sra. Coordinadora (Giudici).**- Terminamos entonces la reunión de hoy. Muchísimas gracias a todos por la participación. Esperamos los aportes en papel o digitales que ustedes quieran enviar, si quieren que hagamos pública la presentación que pasaron desde CAPPI.

Estamos a disposición para seguir recibiendo aportes. Y con CAPIT organizaremos una reunión con la gente del Sistema Público de Medios.

-Es la hora 19.