

# APORTES para un NUEVO SISTEMA COMUNICACIONAL

*Informe realizado por Sonia Tobal*

El Observatorio de la riqueza para un Nuevo sistema financiero y comunicacional mundial Padre Arrupe, se integró en el mes de agosto de este año (2016), a la Coalición por la Comunicación Democrática (CCD). Desde ese ámbito donde confluyen los diferentes actores, instituciones y organizaciones que luchan y proponen alternativas en todos los aspectos de la comunicación nacional, se elaboraron los Nuevos 21 puntos para la Comunicación Democrática, que el Observatorio Padre Arrupe asume.

A su vez incorpora los conceptos vertidos por el Papa Francisco en las 48 Jornadas de Comunicación Social (junio 2014), y en su Encíclica Laudato Si, en los que expresa la necesidad de una "Cultura del Encuentro" y propone una "Revolución de los Medios de Comunicación" que desarrolle un "verdadero interés por conocer al otro, de aprendizaje real y verdadero", porque actualmente las "Estrategias comunicativas no garantizan la belleza, la bondad y la verdad"... por ello "la Red digital tiene que ser un lugar rico en humanidad", en lugar de difundir una información manipulada para generar en la sociedad miedo, horror, lujos ilusorios, consumismo, estigmatización, y parálisis.

Con la finalidad de subsanar las asimetrías existentes entre la globalización de la comunicación facilitada por los avances tecnológicos, y la concentración de contenidos producida por las cadenas y corporaciones que manejan los medios de comunicación, la producción y la distribución, el **Observatorio propone:**

## **Síntesis de los nuevos 21 puntos para una Comunicación Democrática**

- 1) La comunicación es un derecho humano que incluye todos los soportes y plataformas.
- 2) Limitación de la concentración para promover la diversidad y pluralismo.
- 3) Rol activo y presente del Estado como garante de los derechos humanos.
- 4) Reserva y sostenibilidad de la comunicación social.
- 5) Los servicios de comunicación audiovisual y de los operadores convergentes deben ser considerados como servicios de interés público.
- 6) Acceso universal y no discriminación.
- 7) Autoridad de aplicación con participación federal y social. Gobernanza de las comunicaciones e internet de conformidad con los estándares internacionales de DDHH.
- 8) Distribución justa de la publicidad privada y pública.
- 9) Propiedad diversificada, así como adecuadas condiciones de competencia económica.
- 10) Licencias locales y nacionales: parte de los servicios convergentes estarán sujetos a obligaciones en el ámbito local. En estos casos los titulares deberán

presentar ante la autoridad competente un proyecto cultural, generando contenidos propios y respetando las cuotas de producción.

- 11) Contenido nacional, propio e independiente, respetando las cuotas de pantalla.
- 12) Enfoque plural e inclusivo en la gestión de medios y producción de contenidos.
- 13) Privacidad de los datos
- 14) Neutralidad e interconexión transparente.
- 15) El acceso a internet es un derecho humano.
- 16) Acceso a la información pública, conforme a la Convención Americana sobre derechos humanos.
- 17) Soberanía en las comunicaciones: en el desarrollo de la ciencia, la industria y la tecnología.
- 18) Derecho de acceso a contenidos de interés relevante.
- 19) Derecho del público y los usuarios de las TIC, a que los contenidos respondan a conductas éticas.
- 20) Producción y trabajo digno, asegurando una relación laboral libre, registrada, igualitaria, segura, con resguardo de la salud psico-física.
- 21) Regularización con plenos derechos.

El **Observatorio de la riqueza** Padre Arrupe realizó hasta la fecha las **siguientes acciones**;

- 1) Presentó en el mes de febrero del 2016 una demanda ante la Corte Interamericana de Derechos Humanos, en la que plantea:

Los Medios de Comunicación sobreviven con la pauta publicitaria y la pauta del Estado. Un reciente estudio demuestra que la Pauta Publicitaria Privada de los Principales Medios coincide en un 90 % con el origen empresarial de los CEOS que ocupan hoy los Ministerios Nacionales.

A lo que se le suma la pauta publicitaria del Estado, o sea el Gobierno Nacional controla **el 95 % de la Llegada Mediática de los Medios de Comunicación de Argentina.**

**El Gobierno anterior nunca logró controlar más del 10 % de la Llegada Mediática a la sociedad.**

O sea que el poder Mediático del Actual Gobierno no es solo LA SUMA DEL PODER MEDIÁTICO PÚBLICO Y PRIVADO SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA, sino que el mismo es 9 veces superior al Gobierno anterior. Situación Periciable en un juicio de abuso de autoridad y de Juicio Político.

El cierre de medios y la persecución a los medios opositores ha sido sistemático en apenas 60 días:

- a. Levantamiento de Programas Opositores, TV Pública.
- b. Clausura anticipada de contratos de formadores de opinión en la TV privada, bajo presión de la pauta publicitaria.
- c. Cierre de medios opositores por retiro de pauta del Estado.
- d. Intento de destrucción de la Ley de Medios.

En números esto significa la desinformación de 42 millones de argentinos.

Semejante Concentración Mediática destruye la Independencia del Poder Judicial, por el poder extorsivo sobre Jueces que viola la Constitución. **El Poder Judicial, el Poder Legislativo y el Ministerio Público Fiscal deben tener sus medios de Prensa propios con igualdad de poder de llegada de los medios privados.** Sino no hay independencia de jueces y el Pueblo no puede emitir derecho a réplica y debate sobre las sentencias, solo así habrá independencia de

poderes en la República. No hay el menor equilibrio de poder ni independencia entre el Poder Judicial y el Poder Legislativo.

Esto no solo le daría independencia al Poder Judicial sino que le daría garantía de transparencia a la opinión pública, al salir las sentencias de un circuito anónimo para la sociedad. Permitiría que la sociedad le dé contexto, proyección a la justicia, neutralizando el lobby del poder económico.

Otro factor nunca observado es que les daría **valentía a los jueces** en sus fallos. Muchas veces, la mayoría de las decisiones tomadas en el aislamiento, un escritorio y cuatro paredes producen temblor de manos más que administración de justicia.

En una sociedad donde los Medios de Comunicación tienen una correlación de fuerzas abrumadoras con poder de fuego diario y minuto a minuto, sobre la Opinión Pública, ha devenido en el primer poder por encima del Poder Ejecutivo. Y ni que hablar sobre el resto de los Poderes. Esta asimetría institucional creciente se ha consolidado en la última década por la concentración del poder mediático nacional e internacional. El crecimiento del poder de las pantallas con que convive segundo a segundo el ciudadano no tiene precedente en la historia humana en cuanto a la capacidad de conducir la opinión pública, compartiendo los niveles de libertad y discernimiento, afectando los derechos de las personas consagrados en los Pactos Internacionales.

2) Se reunió con Francisco "Barba" Gutierrez, el 14 /9, luego de ser nombrado Secretario de interior de la CGT, para llevarle junto a otros integrantes de la CCD, las propuestas que consideramos deben asumir todos los trabajadores:

- Garantizar un Sistema de Medios diverso y plural, con políticas nacionales que eviten la concentración en oligopolios.
- Favorecer el desarrollo de los medios de comunicación comunitarios y los sindicales.
- Asegurar la recepción gratuita de contenidos y una Tarifa Social en los servicios de telefonía, conexión a internet y televisión de cable.

3) Elaboró una propuesta a presentarse en el Plenario Nacional de la CCD, que se realizará en dic. del cte año con los sig. puntos:

- Igualdad mediática para todos los poderes del Estado, y la sociedad.
- Modelización de los Medios de Comunicación, por medio de una sistematización confeccionada por especialistas de Ciencias Exactas de la UBA, en base a una actualización del Modelo de la Fundación Bariloche.

Varias de las propuestas que recogió el Observatorio Padre Arrupe, surgieron en años anteriores de la gestión del Guillermo Robledo, al frente de la Secretaría de Desarrollo Económico Local, Producción y Empleo del Municipio de Quilmes (2008-2015) donde junto a Sebastian Maissa, Director de Nuevos Paradigmas Sociales y Sonia Tobal Directora de Nuevas Tecnologías, creamos el 1er Centro de Producción Audiovisual Municipal, llegando a producir 250 documentales de Historia oral, religiones, interculturalidad, programas educativos, etc.

### **Propuesta para la Ley de Medios de Comunicación (2008):**

1) Establecer un mecanismo anual de participación popular y consulta de los contenidos de la programación radial, televisiva, etc., confeccionando un padrón amplio de los interesados en dichas discusiones.

2) Para garantizar la igualdad de oportunidad del conjunto de sujetos privados integrados en organizaciones sin fines de lucro, se propone crear un impuesto que grabe cada mensaje de texto enviado (u otras formas actualizadas) generando así un fondo anual, independiente del presupuesto de Estado.

3) Efectivizar el cumplimiento de la Ley vigente que circunscribe los avisos publicitarios a los espacios de tanda publicitaria. Evitando de esa manera la propagación de una cultura netamente consumista.

4) Establecer porcentajes mínimos dentro de la programación total, para aquellos programas cuyos contenidos se refieran a la vida privada de personas del ámbito artístico, deportivo o político.

Otros antecedentes:

En el año 2007, varios de los que hoy integramos el Observatorio Padre Arrupe presentamos ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia el Documento que adjuntamos:

**Señores**

**COMISION NACIONAL DE  
DEFENSA DE LA COMPETENCIA**

Guillermo Robledo, Carlos Suárez, Jorge Bellini, , Jorge Falcone, Sebastián Maissa, Sonia Tobal, Carlos González, como integrantes del Consejo Editorial de la Revista Repensar David Lanuscou, Jorge Luis Ubertalli, José Luís Pavón, Héctor Tellerías, todos ellos por derecho propio, y Roberto Varela por la Agencia Latinoamericana de Noticias, con el patrocinio letrado del Dr. Gabriel Coria, fijando domicilio en Maure 1714, Piso 9º Ofic.. "A" de la Ciudad de Buenos Aires, se presentan a denunciar la violación del Art- 1 y 2 de la Ley de Defensa de la Competencia Nº 25.156, efectuada por los siguientes Grupos Económicos Periodísticos: Papel Prensa, Grupo Clarín, Grupo Telefonica Telefe, América TV, La Nación, La Nueva Provincia, Ámbito Financiero, Grupo Editorial Perfil, Ideas del Sur, C.Q.C., Grupo Uno Vila – Manzano, y Agencia DyN. Todos los cuales en los últimos años se han integrado vertical y horizontalmente, en la producción desde los insumos básicos hasta el consumidor final. (ANEXO I – Fundación Oscar Allende – Observatorio de Medios de la UTPBA – Publicación Canto Maestro Ctera – CTA – El Capital de la Cultura – Octavio Getino – Parlamento Cultural del MERCOSUR)

### ***SOBRE EL INTERES ECONOMICO GENERAL AFECTADO***

Los mismos gozan de una posición dominante y hacen abuso de la misma, afectando el interés económico general. Entendiendo a éste no exclusivamente como la suma de los excedentes de los consumidores y productores. El interés económico general es el bien jurídico protegido por la Ley de Defensa de la Competencia y abarca una serie de amplias variables que están desarrollando a nivel internacional nuevos marcos teóricos. (ANEXO II – Se adjuntan selección de artículos referidos al interés económico general). Hemos de recordar al respecto el discurso del Diputado Nacional John William Cooke en oportunidad de la discusión parlamentaria por la Ley 12.906 del 26 de Septiembre de 1946 con motivo de sanción de la nueva Ley de Defensa de la Competencia: *“Esta ley – ya he dicho y quiero remarcarlo – o resuelve el problema económico, aunque sí uno de los aspectos. Hay que ejercer una severa vigilancia de nuestra balanza comercial y de pagos a fin de sofrenar los movimientos demasiados bruscos que puedan perturbar nuestro*

*desarrollo industrial. Debe asegurarse la defensa de la industria contra maniobras internas y externas. Deben adoptarse medidas diversas: regulación aduanera, reordenación del régimen impositivo, nacionalización de empresas de servicios públicos, confección de estadísticas que os den una noción exacta y al día de nuestra realidad económica y que al mismo tiempo nos informen del grado de desarrollo que tiene la tendencia de la concentración monopolista en cada industria". "Cuando hablamos de libre competencia no hacemos – nadie lo hace – ya con el viejo concepto de liberalismo sin restricciones; lo hacemos con el nuevo concepto social de que se impregnan todos los problemas de carácter económico del "bien social" como fin de la economía del Estado. Por eso no hay contradicción entre esta defensa, por una ley, de la libre competencia y las palabras de la crítica que han pronunciado algunos señores diputados, entre ellos el que habla, contra el llamado libre juego de la oferta y la demanda, que yo he afirmado en este recinto que no es libre ni es juego".*

El Dr. Germán Coloma , profesor de la Universidad del CEMA, graduado en la Universidad de La Plata, Dr. En Economía en la Universidad de California, Los Angeles, docente de la Universidad de San Andrés y ex-economista Jefe de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, en su libro "DEFENSA DE LA COMPETENCIA", pág. 78, dice : *"En lo que se refiere a la concepción multidimensional del interés económico general, la misma puede ejemplificarse a través del concepto expuesto por Cabanellas (1983). En su obra sobre derecho antimonopolístico y defensa de la competencia, dicho autor identifica siete elementos relevantes que a su entender podrían considerarse constitutivos del interés económico general. Tales elementos son la productividad, el nivel técnico, la distribución geográfica de la producción y de la población, la defensa nacional, el comercio internacional, el empleo y el bienestar de los consumidores. En una línea semejante a esa pueden interpretarse las prescripciones del apartado 3 del artículo 81 del Tratado de la Comunidad Europea, el cual permite ciertas conductas, que en otras circunstancias serían consideradas anticompetitivas, si las mismas "contribuyen a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reservan al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante."*

Transcribimos también la opinión del ex-Presidente de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia Lic. José Sbatella, publicado en la Revista del Instituto Fiskales y Económicos, N° 144 , pág. 22 : *" El interés económico general, si bien es el bien tutelado por la Ley de Defensa de la Competencia, no es patrimonio exclusivo de ésta sino que intervienen un variopinto de variables que el concepto "puro" de competencia los supone resueltos." " En definitiva, los elementos vinculados al empleo que genera o destruye una fusión, e impacto sobre el medio ambiente, el impacto sobre las finanzas públicas y sobre la balanza de divisas, son variables que necesitan ser incorporadas a la instrucción de las concentraciones económicas porque deben ser elementos a tener en cuenta por parte del Poder Ejecutivo, que es el que tiene la legitimización máxima para representar el "interés general", para determinar si una concentración es buena o mala en un sentido amplio. Por consiguiente, al ser la oficina de competencia la única instancia de evaluación integral de las conductas anticompetitivas y fusiones y amalgamas de empresas, es correcto realizar un análisis que trascienda los elementos microeconómicos y se empiece a analizar desde un concepto más integral."*

Aporta también a una interpretación amplia de lo que es el interés económico general la siguiente descripción del Director de Le Monde Diplomatique Ignacio Ramonet : *" Hay una contradicción principal en un mundo que en razón de los grandes avances tecnológicos, especialmente de los últimos 15 o 20 años produce más información que nunca a través de prensa escrita, radio, TV e Internet. Pero al mismo tiempo se constata un fenómeno creciente de*

*desinformación o mala información. Nuestras sociedades desconfían más y más de la información. A pesar de que se multiplican las voces que la emiten, se percibe que ese conjunto no traduce una pluralidad, Muchas voces en una que funcionan como en una coral ya que la mayoría de ellas repiten lo mismo. Se constata una cierta "inseguridad ciudadana" con respecto a los medios de comunicación. Hay desconfianza. No olvidemos que fuimos testigos de enormes mentiras que funcionaron políticamente muy bien como os pretextos para la invasión en Irak. En síntesis, los medios de comunicación tan desarrollados en lo tecnológico, han cambiado de campo, se han pasado al adversario.*

*Estos medios permitieron a finales del siglo XIX la aparición de un factor fundamental de las democracias modernas -; atención que hablo de democracias no de dictaduras!. Que la opinión pública se convierta en el cuarto poder que vino a romper lastres, criticar insuficiencias, corregir excesos de la democracia tradicional. Hoy, con la mayoría de las naciones viviendo en democracia, esos mismos medios de comunicación en vez de formar un sentimiento crítico o cívico, traicionan al campo de la ciudadanía y se pasan del lado de los poderes tradicionales. Muchos de esos medios pertenecen a grupos económicos muy importantes, que son actores principales de la globalización. De esta manera, el ciudadano, que era oprimido por el poder económico, político, religioso o militar, pero que contaba con los medios de comunicación para defenderse, en esta nueva realidad está también oprimido por el poder mediático que trata de manipularlo. Paradójicamente, hay hoy más información que nunca pero el ciudadano se encuentra más desamparado que nunca".*

La problemática planteada esta siendo debatida por los máximos poderes de las distintas repúblicas donde queda de manifiesto que la relación entre medios de comunicación y opinión pública tiene una clara dinámica de mercado. En su discurso de asunción el 10 de Agosto del 2009, el Presidente de Ecuador Dr. Rafael Correa, expreso : *"Coincido plenamente con quienes sostienen que la vigencia de la democracia exige medios de información libres, independientes y críticos; pero una cosa es la existencia de medios dotados de esas características y otro muy distinta la suplantación de la opinión pública por los intereses de esas empresas."*

También la Presidente la Nación en el mensaje que acompañó la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, del 27 de Agosto del 2009, expreso : *"Por eso conceptos como libertad de expresión, como libertad de prensa, como derecho a la información, deben ser concebidos e interpretados en su correcta dimensión. Porque libertad de expresión no puede convertirse en libertad de extorsión. Porque libertad de prensa no puede ser confundida con la libertad de los propietarios de prensa. Y porque el derecho a la información significa el derecho a toda la información, no al ocultamiento de una parte de la información y a la distorsión y manipulación de la otra parte. Porque en definitiva libertad de prensa, libertad de expresión, derecho a la información, sus titulares no son los que tienen la noble función de ejercer el periodismo y lo han elegido como vocación, tampoco está su titularidad en la cabeza de los que son propietarios de las grandes empresas periodísticas; libertad de prensa, libertad de expresión, derecho y acceso a la información están en cabeza de todos y cada uno de los ciudadanos que conforman este bendito país que son los verdaderos propietarios de estos derechos.*

Finalmente "a confesión de partes, relevo de pruebas". El filosofo, periodista, Jefe de Capacitación Periodística del Diario Clarín y Director de la Carrera de Periodismo de la Universidad de Belgrano, Miguel Wiñazki en su libro La Noticia Deseada, expresa : pág. 9 *"Vivimos bajo el imperio de la noticia deseada. Aquella en la que la opinión quiere creer. Esta es la hipótesis de este libro : el montaje de la noticia no es un proceso gestado solo por los medios que la emiten, sino también por las audiencias que la desean., pág. 227 " Peitó significa en griego "persuasión". Es la "peitarquia", y o la democracia, el modelo de poder dominante en Occidente. La pentarquía es el*

*gobierno a través de la persuasión, de la constitución permanente de opinión pública. De la producción de adhesiones por los caminos del espectáculo. El siglo XXI ha fragmentado y a la vez globalizado los canales persuasivos. Los nuevos medios determinan nuevas formas de persuadir. Nuevas maneras de estructuras – diálogos a través de máquinas. Porque la persuasión es un flujo comunicacional inconmensurable. Percuden los formatos mediáticos más que sus contenidos. Efectivamente, aunque suene trillado no por eso es menos cierto: “El medio es el mensaje”. El hardware impone el software, pero el software mental.”*

En síntesis el PODER DE EDICION afecta el interés económico general dado el grado de concentración monopólica de los grupos mediáticos aquí denunciados on poder de mercado aguas arriba y aguas abajo.

El abuso lo ejercen sobre la formación monopólica de la opinión pública, a través de una acción de pinza entre las tarifas publicitarias, las horas pico y la limitación a facilidades esenciales de formadores de opinión que no coinciden con su línea editorial.

El mercado relevante es el conjunto de los argentinos que son sometidos a un abuso de posición dominante en los insumos básicos y los contenidos discursivos , la selección de noticias con que es bombardeada la opinión pública .

El abuso de esa posición dominante se da tanto por acción como por omisión de contenidos, afectando directamente el interés económico general, al orientar o desorientar el interés económico general, al orientar o desorientar a la opinión pública sobre mercados relevantes.

El Director del Grupo Perfil - Jorge Fontevecchia reconoce expresamente este poder de omisión de los medios como la columna vertebral de un grupo mediático para crecer en el mercado : en la Revista Noticias del 22 de Agosto del 2009 pág. 35, editorializa :” *Nunca acepté los códigos corporativos de no publicar informaciones sobre colegas. Sé que “no publicar” es lo que más se valora. El verdadero poder es la impunidad de ser invisible. Hace muchos años el propio Héctor Magnetto me dijo : “Ese es inteligente, come callado”. El fundador y mítico dueño de Globo en Brasil (la mayor empresa de comunicación de ese país cuyo tamaño es varias veces mayor que el de Clarín) Roberto Marinho, antes de morir a los 99 años en el 2003, dijo : “Esta empresa no se hizo grande por lo que publico, sino por lo que no publico”. Por eso me negué sistemáticamente a “no publicar” y que hubiera temas o personas sobre las que no se podía hablar.* Nuevamente a confesión de parte relevo de prueba sobre la afectación del interés económico general.

Por ejemplo, la reiteración diaria del valor del dólar o sube y baja de la bolsa y el silencio en torno a la fuga diaria de capitales. La acción dominante de los medios reitera una conciencia de dolarización en contra de la moneda nacional, afectando y ayudando a debilitar el M1 y M2 de los indicadores monetarios. El efecto es la descapitalización del sistema económico argentino situación que se inicia con la Ley de Reforma Financiera de la Dictadura y perdura. Los medios de comunicación llevan 30 años formando ésta conciencia de dolarización en forma diaria y silenciando la salida de capitales que según los datos de BCRA en 33 años llega a 660.000 millones de u\$s de capital, lo que con interés acumulados en más de 3 décadas, significa una descapitalización de 2.000 billones. Para tener una dimensión comparativa de lo que ha afectado el interés económico general. La cifra es igual a las Reservas Internacionales que tiene hoy China con 1.200 millones de habitantes. Tendríamos las mismas reservas con 40 millones de argentinos.

En que dimensión los Medios de Comunicación han fortalecido éste proceso de descapitalización y afectación del interés económico general es lo que esta denuncia va a demostrar. La capacidad de silencio e inacción sobre el desarrollo de la conciencia de la población en temas de mercados relevantes como el mercado de capitales que afecta no solo a los ciudadanos actuales, sino a las generaciones no nacidas y a la seguridad pública.

Ha existido un desarrollo paralelo entre la fuga de capitales y el auge de la droga y la inseguridad en el País. El paralelismo de la evolución de esos indicadores es indiscutible. Ahora el silencio de los medios de comunicación en vincular los tres indicadores los convierte en cómplices.

El sensacionalismo sangriento, la histeria mediática, el recorte del relato a la baja de la edad para el castigo, convierte a los medios, periodistas incluidos, en cómplices del delito, al silenciar el origen principal del problema: la fuga de capitales.

Nunca los medios denunciados en la presente realizaron investigaciones o “estudios de investigación” sobre este tema que es el que más afectó a los argentinos en 30 años.

Fue y es sistemáticamente silenciado a partir de la posición dominante de los medios audiovisuales e impresos.

Difícilmente exista un poder monopólico-oligopólico que haya afectado más el interés económico general por omisión.

La omisión permite que el daño sobre el conjunto de los consumidores y productores se mantenga. Y la expresión más sintética de la perdurabilidad del daño a lo largo de 33 años, es la tasa de interés en el mercado de capitales que nunca bajo del 35 % o más en las tres décadas. Si ese capital que se fugo (ya describimos la masa del mismo).

Se hubiera quedado en la Argentina, la tasa no se hubiera mantenido en esos niveles 10 veces superior al nivel de tasa mundial.

Mas afectación al interés económico general que esas tasas en el capital de trabajo de PyMes, en tarjetas de crédito, en la inviabilidad del crédito hipotecario y acceso a la vivienda, en la capacidad de modernizar el sistema productivo, en políticas de Estado de largo plazo, etc.. Difícilmente se puedan exponer efectos más claros que el 40 % de pobres que tiene nuestro País como contracara de la fuga de capitales.

Y de eso los medios denunciados comunican planificadamente que no se vincule 40 % pobres y fuga de capitales.

El abuso de posición dominante es la capacidad de “fijar y silenciar agenda”, No solo a la sociedad sino a los poderes de la república, que viven diariamente abusados por la posición dominante de los títulos, por campañas de prensa rentadas pero camufladas como libertad de prensa, etc..

Ese mecanismo ha llegado recientemente al máximo de la capacidad de abuso de posición dominante con el programa Gran Cuñado, que tuvo un rol determinante en las últimas elecciones, transmitiendo en los horarios picos, imágenes “alegres” simpáticas para los candidatos del Partido de Derecha Unión Pro, e imágenes “tristes”, “aburridas” inoperantes para la investidura Presidencial y funcionarios del gobierno.



La capacidad de hacer conocer “a alguien desconocido en términos políticos como De Narváez en 7 meses, es una práctica netamente de mercado utilizando a un personaje con suficientes recursos económicos como una mercancía en el mercado relevante de la opinión pública. Con el consecuente deterioro de la calidad política de las instituciones.

Solicitamos a esa COMISION NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA, investigar el poder de mercado logrado por la integración vertical de los denunciados en los siguientes mercados relevantes (con su correspondiente desagregación geográfica) :

- A: Mercado del papel para diarios y revistas
- B: Mercado de las noticias-
- C: Mercado del entretenimiento mediático.
- D: Mercado de la formación de la opinión pública
- E: Mercado de la publicidad.

Analizando en cada uno de los mismo los siguientes aspectos inherentes a la Ley de Defensa de la Competencia :

- 1. Barreras de entrada a cada mercado
- 2. Integración aguas abajo y aguas arriba en cada mercado.
- 3. Poder de mercado.
- 4. Discriminación de precios en cada mercado.
- 5. Ventas atadas por productos vinculantes y vinculados.
- 6. Grado de desafiabilidad de cada mercado.
- 7. Violación de los aspectos de veracidad previstos en la ley del consumidor.
- 8. Violación del derecho a la información.
- 9. Índice IHH de concentración económica en cada mercado.
- 10. Índice de concentración monopólica en cada mercado,
- 12. Determinación de horarios de máxima audiencia horaria para cada mercado relacionándolo con el IHH de cada uno .

### **Solicitamos**

1 - Se aplique el art. 46, inc. c), de la Ley de Defensa de la Competencia que la faculta para que las empresas infractoras sean disueltas, liquidadas, desconcentradas o divididas. Tanto en lo que resultara de la integración vertical de la producción que afecta el derecho de información, (p.e. Papel Prensa), como los mecanismos que garanticen el **PLURALISMO EDITORIAL ( ESCRITO , IMAGEN Y AUDIO) Y EL DERECHO A LA INFORMACION, SEGÚN PACTOS INTERNACIONALES CON RANGO CONSTITUCIONAL EN TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN HORARIOS PICO.**

2 - Se apliquen las máximas multas previstas en el art. 46, con sus debidas actualizaciones desde 1999 a la fecha.

3 - Se incorporen a la presente denuncia , el conjunto de los expedientes con que ya cuenta la CNDC en relación a los temas aquí planteados.

4 – Se investigue si existe una práctica de tipo colusorio entre los grupos aquí denunciados y sus principales anunciantes que determina una formación de opinión pública que por omisión afecta al interés económico general . De existir esta conducta se revela como imprescindible lo solicitado en el punto 1., respecto de Papel Prensa a los efectos de que las Empresas periodísticas y los periodistas tengan un libre acceso a la facilidad esencial que representa el papel para poder llevar adelante su profesión. De manera que la sostenibilidad del medio periodístico no dependa exclusivamente de la pauta publicitaria de otros grupos con poder de mercado.

5 – Se investigue en que medida los fuertes monopolios regionales, aquí denunciados han contribuido a desvirtuar una práctica federal.

### **De la prescripción :**

En la medida esta demostrado que los medios que han sido instigadores y cómplices de los delitos de genocidio ratificados por la Corte en su fallo del 24 de Marzo , y que los hechos aquí denunciados son la prueba principal del poder de mercado transformado en poder de instigación , los mismos no prescriben y por lo tanto trascienden los 5 años de prescripción que marca la Ley de Defensa de la Competencia .

A partir de lo cual se solicita se investiguen las conductas de los denunciados desde 1976 en el marco de las leyes de defensa de la competencia vigentes para cada periodo.

### **Dejamos reserva de Caso Federal**

Dejamos reserva de los temas aquí planteados y e efectuaremos ampliaciones de denuncias en los plazos que prevee la Ley.

Saludamos atentamente

Buenos Aires, Septiembre 23 de 2009

## **El 3/12 /16 el 2º Encuentro Federal por una Comunicación Democrática aprobó los siguientes puntos**

Acciones para dar continuidad a la lucha por una Comunicación Democrática:

1.- Considerar la presentación de proyectos de aplicación de Tarifa Social de servicios públicos para los medios en las provincias y Ciudad Autónoma de

Buenos Aires.

- 2.- Proponer regulaciones provinciales y municipales de Publicidad Oficial.
- 3.- Impulsar ordenanzas municipales de Declaración de Interés para los medios comunitarios.
- 4.- Promover y acompañar las políticas de apoyo a los medios Universitarios y Educativos.
- 5.- Defender los derechos de la infancia. Programación, origen, cantidad, calidad y horarios.
- 6.- Evaluar la implementación de acciones legales frente al incumplimiento de deberes contenidos en la Ley SCA.
- 7.- Asumir el monitoreo y reclamar el cumplimiento de pago de los Fondos Concursables (FOMECA).
- 8.- Evaluar la propuesta de incorporar representantes de la Coalición ante el Consejo Consultivo Honorario de los Medios Públicos (Art. 124 de la Ley de SCA).
- 9.- Impulsar medidas de protección para los trabajadores de los medios de comunicación.
- 10.- Asumir como propias las demandas por licencias en todas sus situaciones.
- 11.- Propulsar la apropiación popular de tecnologías de la información y la comunicación.
- 12.- Ante el resurgimiento de expresiones de xenofobia, racismo y discriminación en los medios de comunicación, la Coalición por una Comunicación Democrática hace público su repudio a los discursos que agravian a las comunidades de migrantes o cualquier forma de vulneración de derechos y garantías consagrados en la Ley 26.522 y reitera su vocación de unidad latinoamericana.
- 13.- Acompañar a los espacios sectoriales o territoriales en sus reclamos.
- 14.- Propiciar y encomendar la creación y/o fortalecimiento de la Coalición en todas las provincias e impulsar la articulación en red.
- 15.- Dar continuidad a las presentaciones realizadas ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos.