

1 **SE PRESENTA EN CARÁCTER DE AMIGA DEL TRIBUNAL**

2 Excma. Corte:

3 **Cynthia Ottaviano**, Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, patrocinada por la
4 Dra. María José Guembe T°72 F°259 CPACF, con domicilio constituido en Bmé. Mitre 1864, piso 8°,
5 C.A.B.A, en autos: "Grupo Clarín S.A. y otros C/ Poder Ejecutivo Nacional y otros/ Acción meramente
6 Declarativa- G 439. XLIX", a V.E. digo:

7 **Objeto**

8 En virtud de la disposición del presidente del Tribunal del 21 de agosto del corriente año que tuvo a la
9 Defensoría del Público como Amiga del Tribunal, acompaño los fundamentos de hecho y de derecho que
10 considero relevantes a fin de enriquecer el debate en la presente causa.

11 **La racionalidad política y jurídica de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA): el**
12 **derecho social a la comunicación como presupuesto de ciudadanía**

13 Así como la sociedad moderna produjo un nuevo sujeto social, el ciudadano moderno, la sociedad
14 mediática actual (Verón: 1992) es productora de una ciudadanía nueva, la ciudadanía comunicacional. Si
15 la ciudadanía moderna supuso el reconocimiento de derechos civiles, políticos y sociales característicos
16 del constitucionalismo liberal y del constitucionalismo social de mediados del siglo XX, el contenido de la
17 ciudadanía comunicacional implica el reconocimiento de un conjunto de derechos que se inscriben en el
18 constitucionalismo multicultural de fines del siglo XX y comienzos del XXI, en el que la profundización de la
19 democracia y de la igualdad se vinculan no sólo con derechos redistributivos, sino con derechos de
20 reconocimiento de las identidades colectivas, plurales y diversas.

21 Así, la racionalidad política y jurídica de la LSCA se inscribe en un paradigma propio de una sociedad
22 mediática, en la que el ciudadano es productor y receptor de ideas, informaciones y opiniones, no de
23 manera pasiva, y la comunicación es comprendida como un bien social al ser parte fundamental de su
24 formación. Según ha explicado la jurisprudencia interamericana, la libertad de expresión es un derecho
25 con dos dimensiones: una individual, consistente en el derecho de cada persona a expresar los propios

1 pensamientos, ideas e informaciones; y una dimensión colectiva o social, que refiere al derecho de la
2 sociedad a procurar y recibir cualquier información, a conocer los pensamientos, ideas e informaciones
3 ajenos y a estar bien informada¹. Hoy resulta impensable el ejercicio de buena parte de los derechos sin la
4 mediación de los medios masivos de comunicación. Esto exige el reconocimiento de las necesidades
5 informacionales y comunicacionales como derechos que dan sentido y concreción a la ciudadanía.

6 Ahora bien. El ejercicio del derecho a la comunicación como condición de ciudadanía no puede ser
7 garantizado sobre la base de un formalismo positivista que lo proclame, sin reconocer la estructura de
8 relaciones sociales y económicas que hacen al campo de la comunicación un orden conflictivo y de
9 disputas. La lógica interna del derecho social, como señala Ewald (1997), se basa en una sociología que
10 torna objetivo el conjunto de relaciones sociales como un orden conflictivo. Es en este sentido que la
11 LSCA reconoce y regula la actividad prestada por los SCA en base a transacciones que incorporan el
12 conflicto entre intereses diferenciados y en ciertos casos antagónicos, de los sujetos que ocupan
13 posiciones dominantes y subalternas en el campo comunicacional. En “Ponzetti de Balbin” VE consideró
14 necesario distinguir “el derecho empresario, el derecho individual y el derecho social, que se encuentran
15 interrelacionados y operan en función de la estructura de poder abierto que caracteriza a la sociedad
16 argentina” (cons. 7). Recuperando esta distinción, la LSCA se constituye en un instrumento político de
17 intervención destinado a compensar y corregir asimetrías entre los titulares del derecho empresario, del
18 derecho individual y del derecho social a la comunicación.

19 Las necesidades de saber, aprender, conocer, expresarse, escuchar, dar y recibir información,
20 comunicarse, entre otras, conforman un conglomerado indivisible de condiciones que nos constituyen
21 como seres humanos y hacen a nuestra vida misma. Los servicios de comunicación audiovisual son el
22 vehículo por el que se concreta el derecho a la comunicación y a la libertad de expresión conforme lo
23 establece el art. 2 de la LSCA. Es que nos encontramos ante un nuevo paradigma de la comunicación
24 audiovisual. La información, primero, fue del Poder; luego, de la empresa informativa; más tarde, de los
25 periodistas; y ahora mismo del público, como sujeto universal. La idea de que la información es el objeto

¹CorteIDH, Casos Kimel Vs. Argentina, Claude Reyes y otros, López Álvarez Vs. Honduras, Herrera Ulloa Vs. Costa Rica, Ivcher Bronstein Vs. Perú, La Última Tentación de Cristo (Olmedo Bustos y otros) Vs. Chile; Opinión Consultiva OC-5/85, entre otros.

1 de un derecho humano y la libertad el único modo de ejercitar con sentido ese derecho, llevan a la
2 conclusión revolucionaria de que la información pertenece al público (Soria, 1991:13). El público no es un
3 sujeto pasivo del derecho a comunicar, sino un sujeto central que en una democracia participativa se
4 involucra en la resignificación de la información y es también parte esencial para decidir cómo quiere
5 recibir la información a partir de la cual toma cotidianamente todo tipo de decisiones, siempre y cuando
6 pueda elegir.

7 La etapa empresarial de la información hizo que los derechos orbitaran alrededor del sujeto empresario.
8 Es aquí que las categorías libertad de expresión y libertad de prensa se enuncian sólo desde el sujeto
9 emisor y se centran en la facultad de dar, de difundir y transmitir. La información es una mercancía. En la
10 etapa profesionalista, el sujeto profesional de la información, el periodista, reclama el reconocimiento del
11 rol que ocupa como intermediario entre los hechos y el público. Se formula la concepción de la información
12 como bien social y se habla de la responsabilidad social de los medios de comunicación. Finalmente, la
13 etapa universalista tiene su formulación paradigmática con el reconocimiento jurídico internacional del
14 derecho humano a la libertad de expresión, no como mera libertad, sino como derecho humano. Su
15 puntapié inicial fue la Declaración Universal de los DDHH. El derecho humano a la comunicación, que es
16 la expresión universalista de la libertad de expresión se encuentra consagrado en diversos tratados
17 internacionales, destacándose el art. 13 de la CADH. La información no es una mercancía, sino un
18 derecho. Esta es la concepción universalista del derecho a la comunicación, que implica el reconocimiento
19 de la titularidad universal de este derecho, indivisible del resto de los derechos humanos con los que nos
20 conforman como personas, no sólo individualmente sino, en forma simultánea en lo social o colectivo. Los
21 servicios de comunicación audiovisual son parte integrante e inescindible del derecho humano a la
22 comunicación.

23 En esa inteligencia, la LSCA establece un derecho de reconocimiento, de preferencias o de
24 discriminaciones positivas a favor de los grupos silenciados en la esfera pública. Reconoce al público
25 como un sujeto de derecho y también la legitimidad de las organizaciones sin fines de lucro y de los
26 pueblos originarios en el terreno de la construcción social de sentidos. Esto es un cambio de mirada

27

1 respecto de quienes han sido tomados en cuenta únicamente como consumidores de información sin
2 derecho a elegirla ni a discutirla, o de quienes han sido excluidos de una actividad por no concebirla como
3 un negocio. Asimismo, el surgimiento de la categoría jurídica de Público se relaciona con el mencionado
4 devenir del “derecho universal a la información”.

5 Esta política de reconocimiento no tendría implicancias democratizadoras e igualitarias si la LSCA no
6 hubiese alterado, a su vez, la matriz regulatoria de la estructura económica que condiciona el reparto de la
7 palabra y de los discursos. Según Pisarello (2007) la ampliación de los derechos civiles, sociales, políticos,
8 culturales requiere un cambio en la concepción liberal de los derechos patrimoniales, entendidos como
9 tendencialmente absolutos, que condujeron, por ejemplo, a la concentración de los SCA. Por ello, la ley
10 incorpora previsiones para desmercantilizar la comunicación, partiendo de su definición como una
11 actividad social de interés público (art. 2), en línea con la Directiva Europea 2007/65/CE que justifica esta
12 definición en que “las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y
13 cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse
14 como si solo tuviesen un valor comercial”. En esta misma clave, la desconcentración de los SCA que
15 establece la ley en su art. 45, implica una redistribución cuyo objetivo más amplio responde a las
16 exigencias de una política de reconocimiento cultural basada en el derecho a la comunicación como
17 derecho humano.

18 A excepción de la Ley 14.241 de Organización de los Servicios de Radiodifusión (1953), la racionalidad
19 política de todos los antecedentes legislativos de la radiodifusión argentina se basaron en la doctrina de la
20 Seguridad Nacional, siendo el último de ellos la Ley de Radiodifusión (22.285/1980) sancionada por la
21 dictadura cívico-militar. La información era considerada una mercancía y la comunicación fuente de
22 negocios que dejaba fuera a cualquier actor sin fines de lucro, con excepción de la iglesia católica. Hasta
23 1983, el Estado ejerció un control autoritario sobre la política comunicacional a través de la censura, la
24 sujeción de la información a los valores de “veracidad, objetividad y oportunidad”, y a los valores de la
25 moralidad cristiana. Los medios de comunicación debían colaborar con esos objetivos. Las audiencias
26 eran consideradas objetos de control, sin capacidad de hacer ni decir.

1 Desde la recuperación democrática se presentaron 73 proyectos de Ley de Radiodifusión. Ninguno logró
2 avanzar debido a la extraordinaria presión de los medios privados. Las únicas propuestas de modificación
3 a la Ley de Radiodifusión que consiguieron aprobarse hasta 2009 fueron aquellas que profundizaron la
4 concepción de la radiodifusión como una actividad comercial en los 90s. A través de las leyes 23.696 y
5 24.124 y los decretos 1771/91, 1062/98 y 1005/99 se habilitó la participación de las empresas de prensa
6 en la privatización de los canales de televisión, el traspaso de las radios y canales municipales,
7 provinciales y nacionales al sector privado, y se amplió la cantidad de licencias que podían ser otorgadas a
8 una misma persona física o jurídica, elevando su número de 4 a 24. El resultado fue la conformación de
9 multimedios nacionales en una primera instancia, y la concentración y extranjerización del sistema de
10 medios en etapas sucesivas. En este marco, las audiencias seguían cautivas del poder instituido; no ya de
11 una junta militar genocida sino de un mercado hegemonizado por las empresas. Se pasaba así del poder
12 autoritario del Estado al poder de los medios concentrados.

13 En este escenario, la sanción de la LSCA no hubiese sido posible sin una fuerte demanda social que
14 articuló a más de 300 organizaciones e instituciones, con el apoyo de 36 universidades públicas y los casi
15 40 gremios de la comunicación, en una Coalición por una Radiodifusión Democrática. La voluntad social
16 primó sobre la empresarioestatal. En 2004 esta coalición aportó 21 puntos claves que fueron tomados,
17 años después, por el Poder Ejecutivo Nacional para redactar un proyecto de Ley. Recién entonces las
18 audiencias fueron reconocidas como sujetos de derechos, actores decisorios de la comunicación, base de
19 toda democracia, en concordancia con el sistema interamericano. Ese proyecto se discutió en 2009 en 24
20 foros en todo el país, con más de 10 mil participantes que presentaron más de 1.300 propuestas que se
21 tradujeron en 120 modificaciones. En el Congreso se realizaron audiencias públicas y se discutió en
22 comisiones. El amplio debate y la participación, además de la mayoría expresada en votos en el Congreso,
23 otorgan una extraordinaria legitimidad a la LSCA. Por ello dijo el Relator Especial de Naciones Unidas en
24 materia de Promoción y Protección de la Libertad de Expresión, Frank La Rue: “Yo creo que Argentina
25 está sentando un precedente muy importante. No sólo en el contenido de la ley, porque el proyecto original
26 que vi es lo más avanzado que hay en el mundo en ley de telecomunicaciones, sino además en el

27

1 procedimiento que se siguió, el proceso de consulta a nivel popular. Me parece que esta es una ley
2 realmente consultada con su pueblo.” (Télam, 14/7/09).

3 Para concluir es necesario, entonces, reconocer que acorde con la sociedad mediática en la que vivimos,
4 la mirada debe estar puesta en el derecho de las audiencias, como soberano, y su posible vulneración
5 antes que en el de las empresas, ya que la comunicación es un derecho humano.

6 **La concentración de los SCA afecta los derechos del público**

7 La concentración en el mercado de proveedores de SCA en Argentina restringe las oportunidades de
8 nuevos prestadores, ante la imposibilidad de competir con los grupos económicos ya consolidados, lo que
9 se traduce en pérdida de diversidad.

10 Al proceso de integración horizontal que tuvo este sector se sumó la integración vertical entre proveedores
11 de señales, distribuidores, comercializadores y operadores de sistemas televisivos (por cable, satelitales y
12 de televisión abierta), permitiendo prácticas de exclusión de operadores en muchos segmentos y
13 mercados geográficos. En 2007 la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC) analizó los
14 problemas en el sector de distribución de programas de televisión y advirtió que cuando un proveedor de
15 señales televisivas se encuentra integrado con un operador de cable es altamente probable que incluya en
16 su grilla las señales propias, excluyendo las de sus competidores y, en particular, las de los productores
17 más pequeños, con el consecuente impacto en la diversidad y variedad de la programación ofrecida. Al
18 mismo tiempo, el productor de señales integrado con un cableoperador negará a otros operadores sus
19 propias señales para empobrecer la oferta de los competidores (Lozano, 2008).

20 Un ejemplo emblemático del impacto de la concentración fue relatado en las audiencias públicas
21 celebradas en el Congreso en el proceso de sanción de la LSCA por Luis Bonetto, quien aseguró que:
22 “[Conformamos] desde enero de 2005 Sembrando Satelital. Desde ese entonces tenemos una larga vigilia
23 frente a las grandes cadenas de cableoperadores para poder participar en la grilla [...] no nos permiten
24 ingresar, aun cuando nuestra señal es libre y gratuita [...] Parece ilógico, pero ni siquiera podemos vernos
25 en la ciudad de Córdoba, sitio de nuestra propia emisión...”.

1 El Grupo Clarín S.A. es el mayor exponente de esta realidad. En 1997, Multicanal y Cablevisión (propiedad
2 de CEI-TISA) adquirieron por partes iguales VCC, y al año siguiente se dividieron los 670.000 abonados
3 que tenía esa empresa repartidos en grandes centros urbanos, no como sujetos de derechos, sino como
4 meros consumidores. Multicanal y Cablevisión pasaron así a controlar alrededor del 70% del mercado del
5 cable, compuesto por 5 millones de hogares en todo el país. A principios del 2000, el fondo de inversión
6 estadounidense Hicks, Muse, Tate & Furst adquirió todas las acciones de Cablevisión. La compra potenció
7 la estrategia de expansión, y tanto Cablevisión como Multicanal continuaron, ya sin una competencia de
8 peso, con el proceso de adquisición de los operadores de menor tamaño (Lozano, 2008).

9 Desaparecieron entonces las siete señales propias de noticias, deportes, infantiles y de entretenimiento de
10 VCC: Cablín, El canal de la mujer, Bravo, El Chef, Cablesport, Supercine y SofTV, que fueron
11 reemplazadas por las señales propias de Multicanal y Cablevisión (Lozano, 2008).

12 Juan Cebrián, productor de Musiknet TV, dio testimonio de una situación similar en las audiencias públicas
13 del Congreso: “En el año 94 lanzamos Telemúsica, con la necesidad de dar un lugar a nuestra música, a
14 nuestro contenido y a la música latina ...duró cuatro o cinco años más, hasta que los grandes grupos
15 compraron a Pramer, que era la productora de Eurnekian [...] Y obviamente un día alguien dijo: “¿Qué
16 hace ese tipo independiente ...Yo tuve que cerrar mi productora en el año 2000; [...] y aguantarme la
17 presión del Grupo Clarín, que el día que tomó Cablevisión me echó de una patada en el culo”.

18 Es que, tal como señaló, Gustavo Granero, de FATPREN: “La monopolización de los canales de cable en
19 pocas manos generó que se eliminen noticieros, que cientos de compañeros queden en la calle, que en la
20 actualidad, por ejemplo, un canal de aire en San Juan pretenda fusionarse con un cable para eliminar
21 puestos de trabajo y uniformar la información”.

22 La posición dominante de los grupos empresarios les permite, además de excluir y silenciar voces, aplicar
23 prácticas comerciales discriminatorias (*dumping*). Por ejemplo, el mismo servicio de TV paga es ofrecido a
24 diferentes tarifas en distintos mercados geográficos del país según exista o no competencia,
25 compensando la pérdida de ganancias en un mercado con las ganancias de otro con el sólo objeto de
26 eliminar a posibles competidores. Esta operatoria fue constatada por la CNDC que en “R. Lloveras c/

1 Cablevisión” (2002) verificó la aplicación de tarifas diferenciadas por zona en Río Cuarto: los precios más
2 elevados se aplicaban donde estas empresas tenían posición dominante, mientras que caían en las áreas
3 donde enfrentaban competencia.

4 Otro caso paradigmático fue el de Punta Alta. Tal como refería el diario *Ámbito Financiero* (18/3/2008, p.
5 10), “El monopolio ‘Clarín’ llega a regalar el abono de su empresa de cable para terminar con la
6 competencia, allí donde ésta aún sobrevive. Multicanal/CableVisión de la localidad de Punta Alta (...) está
7 cobrando menos de \$40 mensuales a sus abonados, contra los casi \$90 que cobra en casi todo el resto
8 del país. El precio, además incluye los paquetes de películas HBO y Movie City, y hasta el fútbol
9 codificado. Esto, obviamente, afecta de manera directa a su único competidor sobreviviente, Punta Alta
10 Visión, que se ve forzado a no pasar de los \$47 mensuales a riesgo de quedarse sin abonados. (...)”.

11 En el contexto actual, donde la política de Televisión Digital Abierta todavía se encuentra en desarrollo, la
12 aplicación de tarifas abusivas en localidades donde no existe competencia de proveedores de servicios de
13 TV paga excluye a los grupos económicamente más desaventajados.

14 Lo expuesto hasta aquí, las conductas predatorias como las barreras que impiden el acceso a nuevos
15 sujetos de derecho, produce afectaciones concretas en los derechos del público que represento. Así lo
16 demuestran las numerosas denuncias recibidas por esta Defensoría desde su creación, el 14 de
17 noviembre pasado. Por su fuerza reveladora, didáctica y federal paso a reproducir algunas de ellas:
18 “Tengo una hija pequeña y quisiera acceder al canal Paka-Paka sin tener que pagarle a Cablevisión el
19 extra por el servicio HD, como lo vengo haciendo hace más de un año. En abril de 2011 envié en
20 reiteradas ocasiones mails a la empresa pidiéndoles que incorporaran el canal a la grilla básica,
21 denunciando que estaban contraviniendo lo que dicta la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación
22 Audiovisual de la Democracia y quebrantando nuestros derechos constitucionales a acceder a una TV de
23 calidad que estimule el desarrollo y el bienestar de los chicos y las chicas argentinos...” [Actuación 452/13
24 (C.A.B.A)]. “...En la ciudad de Mar del Plata el monopolio Cablevisión no cumple con la normativa, no
25 incluye en su programación a CN23, Paka-Paka, Telesur, tampoco cumple con la grilla y tampoco respeta
26 la tarifa fijada por la ley entre otras violaciones los canales locales N° 10 y N° 8 no transmiten

27

1 programación local los días de la semana limitándose a retransmitir los programas de Canal 11 y Canal
2 13". [Act. 441/13 (Mar del Plata)]. "[En Tandil]...Cablevisión no ha incluido en su grilla de programación los
3 canales de la televisión digital. Me parece que eso [...] priva en primer lugar a los argentinos de acceder a
4 esos contenidos que en muchos casos son científicos, educativos y tienen —me parece— un valor
5 agregado que no encontramos en otras señales de televisión de la Argentina [...] desde hace meses se
6 están produciendo contenidos, y no solamente no tenemos posibilidad de acceder a esos productos desde
7 la única empresa que ofrece el servicio de televisión por cable..." [Act. 22/13, Audiencia Pública Provincia
8 y Ciudad de Bs. As. (28/6/13)]. "...soy el dueño de un canal de aire, nacido con la nueva ley de medios,
9 hace 4 años funcionamos en la ciudad de Funes, provincia de Santa Fe y sólo salimos por aire, o sea que
10 solo nos puede ver muy poca gente que es la que no cuenta con sistema de cable, me reuní varias veces
11 con las dos empresas de cable de la ciudad, una es una empresa local y la otra es del Grupo Clarín,
12 ninguna de las dos nos quiere incorporar, cuando la ley de medios exige que los sistemas de cable tomen
13 los canales locales del área de cobertura, ellos dicen que al no tener licencia no tienen obligación, pero
14 nosotros contamos con todos los papeles presentados en el AFSCA y pagamos todo lo que nos piden,
15 además la gente del pueblo quiere ver canal 10 en el cable, estamos declarados de interés general por el
16 concejo de la ciudad y [...] uno de los cables no cuenta con canal local..." [Act. 202/13 (Funes, Santa Fe)];
17 "Qué se puede hacer en Mar del Plata, donde somos 'cautivos obligados' de esta empresa ya que no
18 podemos acceder a otro proveedor de cable, que permanentemente nos aumenta la tarifa [...] somos
19 jubilados, a dónde vamos a ir para que no nos sigan aumentando?" [Act. 89/13]. "En la localidad de
20 Rawson, partido de Chacabuco, provincia de Buenos Aires, Cablevisión S.A. es el único proveedor de
21 servicios de televisión y limita su programación en esta localidad, discriminatoria y abusivamente, a solo
22 aprox. 35 canales cuando publicita que su programación es de 75 canales de conformidad con el paquete
23 más económico "Cablevisión Clásico" [...], a los usuarios de los servicios de comunicación audiovisual se
24 nos impide ejercer la libertad de elección y se nos dispensa un trato discriminatorio que restringe
25 irrazonablemente el acceso a la información y a la diversidad cultural". [Act. 78/13].

26 No resulta necesario un profundo análisis para entender que la concentración del Grupo Clarín acota la

27

1 diversidad de información y de bienes culturales a los que pueden acceder las audiencias. Solo en pocas
2 ciudades el público tiene la posibilidad de elegir su proveedor de TV por cable. La imposibilidad de elegir
3 cómo informarse es una vulneración concreta de los derechos del público que ocurre minuto a minuto.

4 Es que en el ámbito audiovisual, la concentración en la producción de bienes simbólicos redundando en una
5 limitación de emisores de la información, una estandarización de géneros y estilos, una unificación de la
6 línea editorial y un mayor poder para el establecimiento de agenda pública. El escenario concentrado
7 reduce la diversidad de opiniones, con su consiguiente impacto sobre la consolidación democrática. Los
8 grandes grupos mediáticos no suelen brindar información acerca de ellos mismos ni del mercado/mapa
9 mediático en general. Es decir, tanto las composiciones accionarias como los conflictos que pueden tener
10 lugar entre trabajadores de los medios y las patronales carecen de visibilidad mediática o bien, cuando
11 trasciende, son presentados bajo el rótulo de “ataques a la libertad de expresión” (Informe FIP, 2011).

12 La operación de concentración comercial de Cablevisión S.A. y Multicanal S.A., como la adquisición de
13 distintos cableoperadores del país por parte de las empresas mencionadas, de propiedad del Grupo Clarín
14 y el fondo estadounidense Fintech Advisory, permitió la concentración del mercado audiovisual y de
15 televisión abierta. Existe por tanto una situación paradójica: mientras se reconoce a la comunicación como
16 derecho humano de carácter universal cuyo titular es el público, el acceso a la información y a los bienes
17 culturales se rigen en los hechos por los intereses del sujeto empresario.

18 Al respecto, la Relatoría para la Libertad de Expresión de la OEA, tiene dicho que: “Si estos medios son
19 controlados por un reducido número de individuos, o bien por sólo uno, se está, de hecho, creando una
20 sociedad en donde un reducido número de personas, o sólo una, ejercen el control sobre la información, y
21 directa o indirectamente, la opinión que recibe el resto de las personas. Esta carencia de pluralidad en la
22 información es un serio obstáculo para el funcionamiento de la democracia. La democracia necesita del
23 enfrentamiento de ideas, del debate, de la discusión. Cuando este debate no existe o está debilitado
24 debido a que las fuentes de información son limitadas, se ataca directamente el pilar principal del
25 funcionamiento democrático”².

²CIDH, *Informe Anual 2003*, disponible en www.cidh.org/relatoria

1 El Grupo Clarín S.A. además controla directa o indirectamente, tal como surge del Dictamen de la
2 Procuradora General de la Nación en estos autos, una licencia de TV abierta en la C.A.B.A., Canal 7 de
3 Bahía Blanca, Canal 12 de Córdoba y Canal 6 de Bariloche; ocho señales de televisión: el Trece Digital,
4 TN, Volver, Quiero Música, Magazine, TYC Sports, Tyc Max y Canal Rural, participación accionaria en
5 Polka Producciones y Patagonik Film Group; 9 licencias de radiodifusión sonora en AM y en FM en la
6 C.A.B.A., Radio Mitre AM 790 y La 100 FM 99.9, AM 810 y FM 102, 9 de Córdoba, FM 96.3 de Bahía
7 Blanca, FM 99.5 San Miguel de Tucumán, Fm 99.3 Santa Fe, FM 92.1 San Carlos de Bariloche y FM 100.3
8 en la ciudad de Mendoza. Y por medio de Cablevisión S.A. y sus empresas absorbidas explotan 180
9 licencias de servicios de comunicación audiovisual por vínculo físico.³

10 Corresponde aclarar que el proceso de transferencia de licencias de SCA de Cablevisión S.A fue
11 rechazado por el COMFER bajo el anterior régimen legal por infracción al régimen de multiplicidad de
12 licencias (Res. 577-COMFER/09).

13 El contenido de la ciudadanía comunicacional, como se desarrolló, implica el reconocimiento de un
14 conjunto de derechos que se inscriben en el constitucionalismo multicultural, en el que la profundización
15 de la democracia y la igualdad se vinculan no sólo con derechos redistributivos, sino con derechos de
16 reconocimiento de las identidades colectivas, plurales y diversas. Desde esta perspectiva, la concentración
17 de los medios, y por ende, la unicidad de los discursos, es un factor estructurante de diversos tipos de
18 injusticia simbólica, que se traduce en dominación cultural.

19 De allí que resulte imperante la regulación estatal de la cantidad de licencias, de acuerdo con la finitud del
20 espectro radioeléctrico, pero también la necesidad de regular e impedir la propiedad cruzada y la
21 superposición de roles que habilita a multiplicar las licencias en cuanto a producción, siendo también el
22 encargado de la distribución. En palabras de Owen Fiss: “Los actores privados pueden amenazar el

³El grupo participa además en Papel Prensa SA, es propietario de Arte Gráfico Editorial Argentino que distribuye Clarín, Muy, Olé, La Razón, Genios, Jardín de Genios, Ñ, Pymes, Tiki Tiki, Elle y Clarín Rural; y el diario de Arquitectura. Presta contenidos en internet (clasificados, clarín.com, ole.com.ar, entremujeres.com y biencasero.com). Asimismo, controla Tinta Fresca Ediciones SA. A través de Artes Gráficas Rioplatense SA imprime sus productos —Viva, Shop & Co.— y de terceros. Tiene participación en Impropost Tecnologías SA. Es dueño en parte de Cúspide Libros y Librocity.com, titular de la Compañía Inversora en Medios de Comunicación (Cimeco), que distribuye los principales diarios regionales de Argentina. Cuenta con los diarios La Voz del Interior y Día a Día de Córdoba, captando el 59,4% del mercado. Controla el diario Los Andes de Mendoza. Explota portales en internet y a través de GC Gestión Compartida SA brinda servicios a terceros y otras empresas subsidiarias. Produce contenidos digitales a través de Contenidos de Medios Digitales (CMD), rubro del que se define como líder en noticias, entretenimientos, deportes, avisos clasificados, venta directa, e-commerce, fotografía digital, video, blogs, foros de chat, música, contenido de telefonía móvil (*ringtones*, SMS y juegos) y un navegador. (Cfr. dictamen de la Procuradora Gral. de la Nación).

1 debate público tanto como los actores estatales. En segundo lugar, que el Estado a veces puede ser el
2 único poder en una sociedad capaz de contener estas fuerzas. Ninguna de las proposiciones niega que el
3 poder del Estado podría ser utilizado con el propósito de suprimir el debate público. Más bien reflejan la
4 creencia de que el efecto en el debate público de la censura de los llamados 'actores privados', no sólo el
5 provocador, sino también los gerentes de los medios de comunicación o los económicamente poderosos
6 no es cualitativamente diferente de la censura estatal, y que la amenaza que ambas significan para la
7 democracia a veces podría justificar la expansión de la autoridad regulativa del Estado⁴.

8 **Los límites a la concentración. El artículo 45 de la LSCA**

9 La intervención de los Estados se torna imprescindible para garantizar un reparto equitativo de los medios
10 y preservar la diversidad de las manifestaciones culturales. Así lo afirma un estudio de 2008 de la
11 UNESCO, según el cual las autoridades deben “exigir la desinversión en las operaciones mediáticas
12 actuales cuando la pluralidad esté comprometida o se alcancen niveles inaceptables en la concentración
13 de la propiedad”, como ocurre en la Argentina.

14 Desde la perspectiva de los derechos del público, el examen de constitucionalidad del art. 45 de la LSCA
15 debe tener en cuenta las obligaciones del Estado de promover el pluralismo informativo y proteger la
16 diversidad cultural. Esta obligación fue remarcada por la CortelDH en *Kimel vs. Argentina* (2008): “Dada la
17 importancia de la libertad de expresión en una sociedad democrática y la elevada responsabilidad que ello
18 entraña para quienes ejercen profesionalmente labores de comunicación social, el Estado no sólo debe
19 minimizar las restricciones a la circulación de la información sino también equilibrar, en la mayor medida
20 de lo posible, la participación de las distintas informaciones en el debate público, impulsando el pluralismo
21 informativo. En consecuencia, la equidad debe regir el flujo informativo.”

22 En tal sentido la Relatoría de la CIDH, en su informe del año 2011 recomendó: “Promover políticas y
23 prácticas efectivas que permitan el acceso a la información y la participación igualitaria de todos los
24 sectores de la sociedad para que sus necesidades, opiniones e intereses sean contemplados en el diseño

⁴ Democracia y disenso, una teoría de la libertad de expresión, editorial Adhoc, 2002, página 42.

1 y la toma de decisiones sobre políticas públicas. Asimismo, adoptar medidas legislativas y de otra índole
2 que sean necesarias para garantizar el pluralismo, incluyendo leyes antimonopólicas”.

3 A su vez, la denominada cláusula para el progreso que desarrolla el art. 75 de la CN, pone en cabeza del
4 Congreso la obligación de dictar leyes que protejan la identidad y pluralidad cultural. Es importante
5 remarcar que la obligación del Estado como garante del pluralismo informativo y la diversidad cultural
6 requiere de mecanismos específicos en este campo, distintos a los de Defensa de la Competencia, que
7 solo actúa sobre precios y condiciones de mercado. Siguiendo con este razonamiento, el art. 45 de la
8 LSCA constituye el mecanismo regulatorio específico que propende de un modo más extenso, a promover
9 el “pluralismo informativo” y, a través de él, la dimensión social del derecho a la información, así como
10 proteger la diversidad cultural, permitiendo que organizaciones comunitarias sin fines de lucro, medios
11 universitarios o educativos, pueblos originarios, y comunidades con diferentes identidades, tengan una
12 participación en la esfera pública, como formadores de sujetos, de actores sociales y de diferentes modos
13 de comprensión de la vida y del mundo, con pluralidad de puntos de vista y debate pleno de ideas. Y a su
14 vez, que el público pueda elegir entre diferentes patrones sociales de representación, interpretación y
15 comunicación.

16 Si la LSCA reconoce el derecho a la comunicación como un derecho social, la constitucionalidad del art.
17 45 debe ser analizada a la luz de los estándares internacionales de DESC. Los límites a la concentración
18 apuntan a asegurar la satisfacción de por lo menos niveles básicos del derecho a la comunicación, de
19 contenido universal, utilizando el máximo de los recursos disponibles, tal como ordena el PIDESC. Como
20 señaló V.E en Quisberth Castro, el Estado debe adoptar medidas económicas, técnicas y legislativas para
21 lograr la plena efectividad de los derechos reconocidos. En base a esta obligación, las limitaciones a la
22 multiplicidad de licencias buscan prevenir la inequidad distributiva en los transportes de la comunicación,
23 mejorando la situación de quienes no pueden prestar SCA en las condiciones de reparto vigentes. Del
24 mismo modo en que el principio de relatividad de los derechos es doctrina de V.E, la CorteIDH considera
25 que las restricciones al ejercicio de derechos no constituyen una medida regresiva per se, siendo
26 necesario analizar la afectación del derecho individual con relación a las implicaciones colectivas de la
27

1 medida (Acevedo Buendía vs. Perú, 2009). Así, la restricción de derechos patrimoniales en la que se basa
2 este reparto debe analizarse a la luz de la ampliación de la totalidad de los derechos que se pretenden
3 garantizar con la desconcentración. La desconcentración de los medios resulta una medida positiva para
4 reducir ventajas estructurales y dar trato preferente apropiado a los grupos vulnerables, a fin de conseguir
5 su plena participación e igualdad dentro de la sociedad. En definitiva, esta norma efectiviza el principio de
6 igualdad sustantiva en relación a la libertad de expresión.

7 Lo dispuesto por el artículo 45 está en sintonía con las diferentes relatorías sobre libertad de expresión
8 (ONU, OSCE, OEA, CADHP) “Enfatizando la naturaleza compleja de la diversidad, que incluye la
9 diversidad de medios de comunicación (tipos de medios) y de fuentes (propiedad de los medios), así como
10 la diversidad de contenido (producto de medios)... Notando que la concentración indebida de la propiedad
11 de los medios de comunicación, directa o indirecta, así como el control gubernamental sobre los mismos
12 constituyen una amenaza a la diversidad de los medios, a la vez que generan otros riesgos, tales como la
13 concentración del poder político en manos de los propietarios o de elites gobernantes” (Declaración
14 conjunta sobre diversidad en la radiodifusión, 2007).

15 En ese sentido podemos identificar la estructura del sistema de la LSCA, comenzando por aquella que
16 establece un número máximo de licencias que puede poseer una persona, ya sea de existencia física o
17 ideal (art. 45, inc. 1, ap. a), b) y c), 1er párr.). Coordinadamente la norma se refiere al establecimiento de
18 cuotas de mercado máximas que se fijan en el 35%, para impedir el pensamiento único. Asimismo, regula
19 razonablemente la existencia de límites cruzados a la multiplicidad de licencias en función del área de
20 cobertura. Por último, se busca evitar que el propio titular del SCA sea propietario de gran cantidad de las
21 señales que integren su servicio y así monopolice la información de las audiencias, como se explicó.

22 Los ejemplos internacionales en la misma línea abundan. En Francia, la actividad de la radio está sujeta a
23 un tope de población cubierta con los mismos contenidos, en tanto que en TV se admite hasta 1 servicio
24 nacional y 1 de carácter local (hasta 6 millones de habitantes) y están excluidos los medios gráficos que
25 superen el 20 % del mercado. En Estados Unidos en cada área no se pueden superponer periódicos y TV
26 abierta. Asimismo, las licencias de radio no pueden superar el 15% del mercado local, la audiencia

27

1 nacional no puede superar el 35% del mercado y no se pueden poseer en simultáneo licencias de TV
2 abierta y radio. En Italia, se autoriza hasta 1 licencia por área de cobertura y hasta 3 en total. Y para radio
3 se admite 1 licencia por área de cobertura y hasta 7 en total, además de que no se puede cruzar la
4 titularidad de las licencias locales con las nacionales. En Inglaterra, la suma de licencias no puede superar
5 el 15% de la audiencia y los periódicos con más del 20% del mercado no pueden ser licenciatarios y no
6 pueden coexistir licencias nacionales de radio y TV. En ninguno de estos países sería posible la situación
7 actual de Grupo Clarín SA. La pregunta es en qué país podría existir si no fuera éste, donde aún cuando la
8 ley lo impide, las dilaciones judiciales lo aceptan.

9 En cuanto al número de 24 licencias establecido en nuestra ley para la titularidad de un SCA cuando se
10 trate de la explotación de servicios de radiodifusión por suscripción con vínculo físico en diferentes
11 localizaciones, debemos decir que corresponde al margen de decisión de los legisladores. Ese número fue
12 contemplado en el mensaje enviado por el Poder Ejecutivo y en los proyectos de los diputados Lozano
13 (Expte: 4232-D-2009) y Bonasso (Expte: 4168-D-2009).

14 Lo cierto es que la eventual declaración de inconstitucionalidad tanto de la cantidad de licencias, como del
15 límite de las señales que integran un servicio de comunicación audiovisual, permitiría que un grupo
16 económico acapare todas las señales que brinda su propio servicio y que sea titular de todos los servicios
17 de comunicación audiovisual, con el límite del art.45, pto.1 c) último párr.

18 Reforzando aquello que señala el público en las audiencias públicas convocadas por esta Defensoría,
19 ocurre que se levantan en la provincia del Chaco escuchando la temperatura de Buenos Aires y están al
20 tanto de los choques en la General Paz, pero no conocen el estado del puente que une Resistencia con
21 Corrientes. También así se había señalado en las audiencias públicas del Congreso de la Nación, previas
22 a la sanción de la LSCA: "Retransmiten, en la mayor parte de su programación, los contenidos de la
23 Capital Federal [...] Digo esto porque a los medios más grandes, más importantes de la provincia o, en
24 todo caso, de la ciudad de Formosa, que es la capital, acuden los principales comerciantes o negociantes
25 del lugar para emitir su publicidad y quedan marginados, de alguna manera, los medios pymes o
26 comunitarios más pequeños y, obviamente, eso tiene que ver con la falta de capacidad económica para

1 sostener una programación buena y poder tener capacidad de competir con los grandes medios.” Néstor
2 Fabián Sinsig, Asociación de Radiodifusores de Formosa.

3 Este dato marca lo que aún queda pendiente para garantizar el respeto de las identidades locales,
4 reconocidas en el art. 45, en su relación con los artículos 2, 3° párr. in fine y 65 inc.3 d) e) g) y h).

5 El art. 45 permite que nuevos competidores accedan a SCA y que los ciudadanos gocen de distintas
6 fuentes de información, de entretenimiento y cultura. En razón de lo expuesto, de mantenerse la
7 suspensión de los distintos segmentos del art. 45 se estaría desnaturalizando toda la inteligencia de ley.

8 **La razonabilidad de la intransferibilidad**

9 El artículo 41 busca transparentar el régimen de transferencia de licencias, volviendo al principio de
10 intransferibilidad. Este principio presenta excepciones al habilitar el traspaso de hasta el 49% del capital
11 accionario de una licencia siempre que se verifiquen los siguientes extremos: 5 años de transcurrido el
12 plazo de la licencia; que la operación sea necesaria para la continuidad del servicio; que se mantenga en
13 los titulares de origen más del 50% del capital y; que represente más del 50% de la voluntad social.

14 Los SCA realizan una actividad de interés público, por lo tanto corresponde que la autoridad evalúe al
15 potencial adjudicatario y su propuesta comunicacional en función de los objetivos de la ley. Desde la
16 perspectiva de las audiencias es fundamental la plena transparencia acerca de quiénes son los
17 licenciatarios. No se trata de parámetros económicos sino democráticos: conocer quién está hablando y
18 qué intereses están representados por ese discurso. Esto solo puede ser garantizado por el Estado,
19 conforme a los estándares internacionales de DDHH que le exigen garantizar el acceso a la información de
20 la ciudadanía. El régimen de transferencia sin la mediación del Estado permitió acuerdos entre privados
21 que encubrieron la identidad de los licenciatarios, en un contexto en que los SCA construyeron su
22 legitimación presentándose como “mediadores neutrales” entre el poder político-económico y las
23 audiencias (Vommaro, 2008).

24 V.E. deberá tener en cuenta que permitir la transferencia de licencias sin previo contralor implicaría
25 convalidar acuerdos de hecho entre particulares que pueden perjudicar los derechos de las audiencias.

1 En el juego democrático del debate parlamentario generado en el marco de la LSCA, los poderes políticos
2 de la Nación ejercieron plena y regularmente sus potestades y, previa deliberación y discusión, escogieron
3 dentro de las alternativas jurídicamente posibles, aquella que consideraron más adecuada a la protección
4 de los intereses del público. Por consiguiente, intentar que por conducto de una acción judicial el Poder
5 Judicial de la Nación legisle y "derogue" normas ampliamente debatidas, constituye una clara e
6 inconstitucional invasión a la zona de reserva legislativa que violentaría el principio republicano de división
7 de los poderes consagrado en el art. 1º de la Constitución Nacional.

8 Sin perjuicio de lo expuesto, resulta oportuno destacar que estamos ante lo que la doctrina ha dado en
9 llamar "cuestión de discrecionalidad técnica no justiciable". Así lo entendió V.E. en "Prodelco" (Fallos
10 321:1252) cuando frente a un planteo que en definitiva incumbía una cuestión de discrecionalidad técnica
11 sostuvo que el control de legalidad administrativa y el control de constitucionalidad que compete a los
12 jueces en ejercicio del poder jurisdiccional, no comprende la facultad de sustituir a la Administración en la
13 determinación de las políticas o en la apreciación de los criterios de oportunidad, por lo cual, cabe
14 considerar que, menos aún, puede aceptarse la intervención judicial en estos casos.

15 **La legalidad del plazo de adecuación**

16 El art. 161 de LSCA es la herramienta diseñada por el legislador para que los límites a la concentración
17 previstos en el art. 45 tornen efectivo el cambio de paradigma y hagan realidad la diversidad de
18 información que el público espera. Esto implicará el cambio real, desde aquel paradigma autoritario,
19 mercantilista y liberal, en el que la información servía a la doctrina de la Seguridad Nacional, al actual
20 centrado en la perspectiva de los derechos humanos.

21 Recordamos que el plazo de adecuación previsto por el art. 161 fue prorrogado por las Resoluciones 297-
22 AFSCA/10 y 1295-AFSCA10, y en el caso particular fue extendido por las medidas cautelares dictadas en
23 distintos incidentes de la presente causa. De manera que el año previsto por el legislador se cuadruplicó.
24 Cabe preguntar, primero, cuál sería la consecuencia de la aplicación del art. en cuestión.

25 La respuesta surge de la última parte del primer párrafo del art. 161: "vencido dicho plazo serán aplicables
26 las medidas que al incumplimiento –en cada caso- correspondiesen". De ello se desprende que se iniciará

1 un procedimiento administrativo en el que quien se considere afectado podrá articular todas las defensas
2 que estime adecuadas. Por su parte, cabe destacar que no existe la obligación de “vender”. La ley ordena
3 adecuarse y tal adecuación podrá concretarse por diversos métodos.

4 A los fines de comprender que el art. 161 no viola los derechos constitucionales, resulta necesario recordar
5 que el vínculo jurídico que une a un licenciatario con su licencia, en nada se asemeja al concepto de
6 propiedad que establece el Código Civil. Es un vínculo de naturaleza administrativa, que presenta
7 caracteres especiales, imposibilitando la aplicación de los principios rectores del derecho de la propiedad,
8 tal como se los conoce en el derecho privado. No existe afectación del derecho de propiedad en los
9 términos del art. 17 de la CN. No hay dueños de licencias, sino licenciatarios temporales, con obligaciones
10 que permiten esa temporalidad.

11 Por otra parte, cabe recordar que cuando la actividad lícita de la autoridad administrativa, aunque inspirada
12 en propósitos de interés colectivo, se constituye en causa eficiente de un perjuicio para los particulares -
13 cuyo derecho se sacrifica por aquel interés general-, esos daños deben ser atendidos en el campo de la
14 responsabilidad del Estado por su obrar lícito (doctrina de Fallos: 301:403; 305:321; 306:1409, entre
15 otros). También ha dicho V.E. que los jueces deben actuar con suma prudencia cuando se trata de resarcir
16 daños causados por actos administrativos dispuestos por razones de interés general, verificando si tales
17 daños efectivamente se han producido y son una consecuencia directa e inmediata del obrar del Estado.
18 Se enfatizó que es necesario acreditar la existencia de una relación directa, inmediata y exclusiva, de
19 causa a efecto, entre la conducta impugnada y el perjuicio cuya reparación se persigue. (El Jacarandá S.A.
20 c. Estado Nacional, 2005)

21 Como se ha dicho, el art. 161 sólo manda a adecuar la actividad de los licenciatarios al nuevo paradigma
22 de la comunicación democrática. Sobre la cuestión, en un caso donde la empresa Cablevisión cuestionó
23 una ordenanza de la Municipalidad de Pilar -que modificó las condiciones de instalación y funcionamiento
24 de sistemas de comunicación, telefonía, televisión por cable, iluminación, energía eléctrica, circuito cerrado
25 de televisión, radiodifusión, antenas comunitarias de comunicación o televisión y/o cualquier otro servicio
26 que requiera la ocupación del suelo, subsuelo y espacio aéreo para su tendido, fundándose en razones de

27

1 paisaje urbano y del patrimonio privado de vecinos, así como de estética urbana y seguridad pública-, la
2 empresa de cable invocó tener un derecho adquirido, en tanto el municipio la autorizó a tender el cable sin
3 necesidad de soterrarlo. La Corte recordó entonces que los decretos y normas reglamentarias, en cuanto a
4 su derogación o reemplazo, participan del mismo régimen que las leyes, en tanto ningún derecho adquirido
5 puede impedir su remoción del ordenamiento jurídico pues, de lo contrario, se admitiría el postulado de la
6 inamovilidad del derecho objetivo. Al respecto, es pacífica la doctrina del Tribunal en torno a que "la
7 modificación de leyes por otras posteriores no da lugar a cuestión constitucional alguna, ya que nadie tiene
8 un derecho adquirido al mantenimiento de leyes o reglamentos ni a la inalterabilidad de los mismos."
9 (Fallos:267:247;268:228;291:359;308:199;311:1213; 315:839; 318:1531; 321:2683;323:3412;325:2875).

10 **Palabras finales**

11 Cabe preguntar, entonces ahora, cuál sería la consecuencia de la no aplicación del art. 161. Recordamos
12 que la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión de la CIDH (2000) afirmó que "los
13 monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a
14 leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que
15 asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos". Y que en el informe 2009
16 aprobado por la CIDH, la Relatoría Especial de Libertad de Expresión indicó que: "Es claro que la
17 concentración de la propiedad de los medios de comunicación conduce a la uniformidad de contenidos
18 que éstos producen o difunden.... Los Estados deben intervenir activamente para evitar la concentración
19 de propiedad en el sector de los medios de comunicación".

20 De eso se trata la LSCA. No fue 1 año como plantea el art. 161, tampoco los 4 actuales, cuál es el criterio
21 de urgencia, entonces, que merece la operatividad de leyes anti monopólicas ya que lo que está en juego
22 no es el derecho de propiedad de un grupo, sino el derecho a la comunicación de todos, es decir la
23 democracia en su pleno sentido. Cabe recordar que el Relator Especial de la ONU destacó: "Creo que es
24 muy importante el ejercicio y el proceso de consulta, y creo que es importante la urgencia de esta ley. La
25 ley actual es una ley de 25 años, de la dictadura militar, y ningún país de América latina puede quedarse
26 con legislación que sea producto de sus viejas dictaduras militares. Dentro de esa visión del pluralismo yo

1 creo que la libertad de expresión es romper los moldes formales, romper los monopolios, romper la
2 imposición y abrirse a la diversidad y el pluralismo y esta es una de mis intenciones” (Télam, citada).

3 Está en manos de esta Corte ahora profundizar la democracia permitiéndonos avanzar hacia el futuro o
4 hacernos retroceder treinta años y llevarnos al viejo y perimido paradigma comunicacional.

5 Desarmado el mito de la homogeneidad sociocultural, los medios de comunicación constituyen una de las
6 arenas más evidentes de representación y disputa de los colectivos sociales por el acceso igualitario a los
7 derechos (Caletti, 2007). De ahí que la esfera pública sea considerada hoy, en uno de sus niveles, como
8 esfera mediática y como cultura mediática (Kellner, 2011). A diferencia del supuesto liberal, no se
9 sustentan en la autorregulación mercantil, sino más bien en las formas políticas en que se preserva la
10 diversidad sociocomunicacional. Proteger el nuevo foro, el ágora contemporánea, alentar la multiplicidad
11 de voces, fomentar su existencia desde la diversidad y el pluralismo significa elaborar los mecanismos que
12 impidan la monopolización y la homogeneización de los múltiples sentidos culturales. Los medios de
13 comunicación constituyen pilares cruciales de ese foro de la sociedad contemporánea y como tales deben
14 permitir el acceso igualitario de las audiencias en tanto nuevos sujetos de derecho.

15 **Petitorio**

16 En virtud de todo lo expuesto, solicito a ese Tribunal la aplicación plena e inmediata de la Ley 26.522.

17 Se tengan en consideración los argumentos desarrollados, a fin de resolver a consecuencia de ello.

18 Proveer de conformidad, SERA JUSTICIA

19 Lic. Cynthia Ottaviano

20 Defensora del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual