

Fecha 31.10.2013	Sección Empresas y Negocios	Página 52
----------------------------	---------------------------------------	---------------------

COLUMNA INVITADA

José Otero

Twitter: @Jose_F_Otero

Ley de medios de Argentina

La noticia más trascendente de los pasados días es la ratificación por la Corte Suprema de Justicia de la Nación de Argentina de la constitucionalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, comúnmente conocida como ley de medios. Su objetivo es garantizar la pluralidad de voces a través de la imposición de restricciones en la participación de un mismo grupo de inversión en distintas plataformas audiovisuales. La normativa establece límites en los segmentos de televisión restringida, televisión abierta y servicios radiofónicos.

El fallo de la Corte ha reabierto un intenso debate sobre el verdadero objetivo de esta ley y los beneficios que ofrece. La controversia se centra en el impacto que la ley de medios tendrá en el Grupo Clarín (principal consorcio mediático del país) que hace años se encuentra en abierta confrontación con la administración de la presidenta **Cristina Fernández**.

Los defensores de Clarín alegan que es un atentado en contra de la libertad de prensa y apuntan a las contradicciones en el cumplimiento de la ley por el gobierno. Mientras, el gobierno asegura que es un paso más hacia la promoción de la democracia al remplazar una normativa aprobada por la dictadura (1976-1983).

Indudablemente, la discusión de fondo sobre la ley de medios de Argentina es muy compleja y está llena de matices políticos. Asimismo, al no incluir la convergencia de servicios, puede ser considerada como un freno a la innovación tecnológica.

Quizá la forma más sencilla de entender el impacto de esta nueva regulación es repasar algunas de las consecuencias que hipotéticamente tendría en México esta ley si fuese aprobada por el Congreso:

- Tope en participación de mercado para TV de paga de 35%: impacto inmediato a Televisa, único operador que supera este tope en el mercado. Impondría un freno a la agresividad comercial de Dish, operador que alcanzaría esta participación.

- No se puede ofrecer TV de paga bajo dos plataformas tecnológicas distintas: se impactaría a Televisa por su oferta CATV y DTH.

- Los operadores de telecomunicaciones fijas no pueden ofrecer TV de paga: elimina completamente las aspiraciones de **Telmex** de ofrecer servicios de TV de paga. Además, forzaría a **Maxcom** y **Axte** a discontinuar su oferta de IPTV y a varios operadores a regresar sus concesiones de DTH.

- Operadores de TV abierta no pueden ofrecer TV de paga: impacta principalmente a TV Azteca, Televisa y MVS. Todos estos operadores tendrían que escoger qué vender: su negocio de televisión abierta o el de televisión paga.

Resumiendo, en México, el impacto de una ley similar a la

Continúa en siguiente hoja



Fecha 31.10.2013	Sección Empresas y Negocios	Página 52
---------------------	--------------------------------	--------------

de Argentina significaría desinversión de activos para operadores como Televisa, TV Azteca y MVS; e impondría un veto a cualquier aspiración de **Telmex** para poder ofrecer servicios de TV de paga.

Como se puede observar, el impacto de la ley de medios en el mercado de telecomunicaciones de Argentina no es menor, sobre todo porque al no contemplar la convergencia simplemente ignora el principio de la agnosticidad de redes. Por ejemplo, una gran debilidad que posee esta ley es no contemplar el impacto de las tecnologías inalámbricas móviles en la

oferta y comercialización de servicios audiovisuales. Por otro lado, al no incluir la transmisión de contenidos audiovisuales por medio de Internet se infiere que —hasta que una Corte no dicte lo contrario— éstos son permitidos, lo que abre la puerta a la proliferación de señales *simulcast* en el mercado.

La innovación tecnológica es irreversible y más temprano que tarde forzará al gobierno argentino a modificar su normativa para adecuarla a los avances del mundo digital.

José F. Otero es presidente de Signals Telecom Group.