

O modelo de desconcentração do mercado audiovisual da Argentina proposto pela nova Lei de Meios

Bráulio COSTA RIBEIRO

ABSTRACT. The purpose of this paper is to analyze the deconcentration mechanisms of audiovisual sector of Argentina proposed by the new Media Law in that country. With the promulgation of Law in October 2009, a long court battle delayed the application of many public and social media control mechanisms and the limits of media ownership. Almost two years after the promulgation of new regulations and after more than a year after his full term, which analysis are likely to be made about aspects of “demonopolization” and “desoligopolization” of audiovisual market in that country? There is a risk of Media Law to become a dead letter for lack of regulation?

Keywords: Argentina, Media Law, audiovisual market.

INTRODUÇÃO

A Argentina que Cristina Fernandez Kirchner encontrou no dia 10 de dezembro de 2007, data em que tomou posse como primeira presidenta eleita do país, no que diz respeito ao setor das comunicações, não era muito diferente do que existia (e, infelizmente, segue existindo) em quase todos os países latino-americanos. Uma legislação nascida ou fortemente modificada em períodos de exceção democrática ou de ditaduras militares; alto grau de concentração do setor nas mãos de poucos grupos econômicos; presença cada vez mais acentuada de capital estrangeiros e empresas transnacionais; e uma forte oposição dos principais grupos de mídia ao projeto político representado e defendido pelo governo central.

No entanto, o que se vê hoje é uma mudança substancial daquele cenário, ao menos sob os pontos de vista político e regulatório. Ao contrário de outros países latino-americanos – como o Brasil, que apesar da eleição de governos de centro-esquerda, identificados com idéias mais progressistas, de crítica e distanciamento das políticas econômicas submissas ao Consenso de Washington e ao capital financeira internacional (MORAES, 2009) – em que pouco se viu a respeito de mudanças normativas no setor das comunicações, a Argentina aprovou no final de 2009 uma lei que pode ser considerada modelo e referência para o restante do continente. Não apenas sob o aspecto jurídico, mas também político e social, e que já começa a promover as mudanças há muito defendidas e esperadas por uma grande parcela da sociedade argentina.

A Lei 26.522, sancionada e promulgada em 10 de outubro de 2009, substituiu a antiga Lei 22.285, de 1981, que entrara em vigor apenas dois anos antes do final da Ditadura Militar naquele país. A nova lei, além de modificar o modelo de outorgas das licenças dos serviços de radiodifusão, regula a camada dos chamados serviços de comunicação audiovisuais, independentemente da plataforma de transmissão. Também dá mais transparência ao setor, obrigando os que detêm o poder de outorga, a divulgarem dados e informações relativas aos seus veículos, inclusive aquelas referentes às composições societárias. Cria um conjunto de novos órgãos e autoridades regulatórias, e uma nova empresa estatal para gerir os veículos do sistema público-estatal de comunicação.

O presente artigo pretende analisar um aspecto bastante específico da nova lei: os mecanismos de desconcentração do mercado presentes na norma, representados principalmente pelos Artigos 45 e 161. No entanto, avaliamos que para a compreensão do texto é importante conhecer um pouco mais sobre o contexto de aprovação da nova Lei de Meios e também sobre o processo de concentração e “estrangeirização” do setor de mídia na Argentina¹.

DA DITADURA AO NEOLIBERALISMO

Entre 1966 e 1983 a Argentina, assim como diversos países da América Latina neste mesmo período, vivenciou vários processos de exceção democrática. Várias ditaduras militares, sendo a última delas uma das mais violentas do continente. Entidades de direitos humanos e ONGs locais estimam que mais de 30 mil argentinos e argentinas tenham perdido a vida na tentativa de derrubar ou se contrapor ao regime militar instaurado. Muitos continuam desaparecidos até hoje. Os objetivos do regime militar na Argentina eram os mesmos dos seus homólogos no Brasil, Chile, Uruguai, etc: garantir o controle sobre a economia e a política com vistas a atender aos interesses estratégicos dos Estados Unidos em barrar o arco de influência do regime socialista encabeçado pela antiga União Soviética, combinado com a possibilidade de fazer com que os interesses econômicos de empresas multinacionais estadunidenses pudessem fazer da América Latina uma extensão de seus mercados.

Foi durante o último regime militar argentino que teve início o processo de concentração do setor da mídia daquele país. Com a promulgação da Lei 22.285, em 1981, o controle sobre o setor ficou a cargo de uma junta militar composta por membros das três forças armadas, representantes do serviço de inteligência e empresários. Estava claro, nessa composição, que o principal beneficiário da nova lei seria o setor empresarial da comunicação. Uma prova disso foi que a Lei não permitia a exploração da comunicação sem fins lucrativos. Fundações, por exemplo, estavam proibidas de serem licenciárias de serviços de comunicação. Mesmo o papel da comunicação estatal era subsidiária, já que o Estado só poderia explorar o serviço nas localidades onde não houvesse interesse ou rentabilidade para os prestadores comerciais². Também não estava previsto nenhum tipo de participação social ou parlamentar nos processos de outorgamento e renovação de licenças. O controle estava totalmente centralizado nas mãos do governo militar e dos empresários.

Igualmente é interessante observar no texto da antiga Lei de Radiodifusão os limites absolutamente frouxos para a posse de múltiplas licenças, facilitando assim a formação de monopólios. Uma única pessoa poderia ser proprietária de até 24 licenças de radiodifusão, e não havia limites de licenças para serviços por assinatura. Também era permitida a propriedade simultânea de canais de programação e licenças de televisão aberta ou por assinatura, dando margem à concentração vertical, ou seja, aquela que acontece dentro da mesma cadeia de valor de um determinado segmento. Enfim, poderíamos apontar diversos aspectos negativos nesta Lei, mas não é este o objetivo deste estudo.

Após o fim do Regime Militar na Argentina, em 1983, tem-se início o período democrático, com eleições diretas para Presidente da República. O primeiro deles foi Raúl Alfonsín, cujo governo de transição foi marcado principalmente pela Lei que antecipou a anistia dos crimes praticados durante a violenta ditadura militar, conhecida como Lei do Ponto Final. Sucedeu-lhe o presidente Carlos Menem, do Partido Justicialista (Peronista).

Seu governo ficou conhecido principalmente pela adoção integral do receituário neoliberal na Argentina. E é por essa razão que o período Menem tem grande relevância na análise do processo de “oligopolização” e “estrangeirização” do mercado de mídia. Durante os 10 anos em que esteve no poder, Menem aprovou decretos que foram fundamentais para a formação do quadro jurídico-institucional das comunicações argentinas e que levaram ao cenário de concentração midiática que ainda caracteriza a Argentina.

Não obstante, é importante salientar que na década de 1990 houve, em boa parte do globo, uma onda de fusões no setor das comunicações, que promoveram a concentração dos mercados, impulsionada, principalmente, (i) pelo processo de convergência midiática, resultado do início da digitalização massiva das novas tecnologias, e (ii) pela hegemonia do receituário neoliberal na forma da globalização dos mercados e expansão de multinacionais. E esse onda, claro, teve impacto na América Latina, principalmente nos países que estavam na dianteira da adoção do ideário neoliberal, como a Argentina. Podemos dar como exemplo desse processo a aprovação da Lei 22.696, chamada Lei de Reforma do Estado, logo no início do governo Menem. Esta norma alterou diversas leis, entre elas a Lei de Radiodifusão vigente à época, para permitir a privatização dos veículos estatais de comunicação.

O resultado desse processo, que começou na Ditadura Militar e teve seu apogeu na era Menem, é facilmente comprovado se analisarmos o gráfico do Mapa de Alianzas de las Comunicaciones, da Revista Convergencia Telemática (Anexo I)³. Como podemos observar pelo gráfico, o resultado de mais de duas décadas nas quais governos e legislações estiveram atrelados aos interesses hegemônicos dos grupos de mídia é a presença de grupos multimeios, que controlam dezenas de veículos e possuem participação acionárias em um sem número de negócios. O caso mais expressivo é, sem dúvida, o Grupo Clarín. Rodríguez e Seoane afirmam que:

Dentro del conjunto de estos nuevos grupos se destaca Clarín que, por sus dimensiones y la diversidad de sectores que abarca, resulta el de mayor expansión durante este período inicial. En ese sentido, si antes de 1989 dicho grupo poseía 6 empresas vinculadas al sector de medios de comunicación (en su mayoría relacionadas con el sector gráfico), suma 15 nuevas empresas de medios y telecomunicaciones con posterioridad a dicha fecha.⁴

Além do Grupo Clarín, que como apontam Rodríguez e Seoane, é emblemático do grau de concentração do setor na Argentina, também é importante citar os grupos Telefónica de España, Grupo Uno e TYC, como outros fortes grupos midiáticos multimeios.

2.1 A ‘Era K’

Em 2003, assumiu a presidência Néstor Kirchner, que prometeu apresentar um projeto de lei para substituir a antiga lei de radiodifusão, mas não apenas não o fez como aprovou medidas polêmicas que atendiam a interesses diretos dos grupos econômicos ligados ao setor de mídia, especialmente das empresas de telecomunicações. Uma delas foi o Decreto 527 de 2003, que interrompeu a contagem do período das licenças dos serviços de comunicação por 10 anos, ampliando, em alguns casos, a vigência das licenças para 25 anos. Foi também em seu governo que aprovou-se a Lei que limita o capital estrangeiro em empresas de comunicação a 30%. O problema é que a Lei não valia para os negócios realizados antes da sua aprovação. Dessa forma, acabou beneficiando principalmente os grupos já estabelecidos e com posição dominante no mercado.

Em 10 de dezembro de 2007, Néstor Kirchner entregou a presidência da Argentina a sua esposa, Cristina Fernandez de Kirchner. A nova presidenta adotou uma série de medidas para fortalecer o papel do Estado na economia, tais como reestatizações e maior controle do governo sobre a política de juros e das reservas do país. O governo de Cristina Kirchner reestatizou a Aerolíneas Argentinas, a AMC – primeira fábrica de aviões militares da América Latina, em Córdoba, e a Previdência Social, entre outras empresas. Essas medidas colocaram o novo governo em rota de colisão com os interesses de grupos econômicos, muitos deles ligados ao negócio da comunicação, e das classes dominantes da Argentina. Rapidamente, o setor de mídia se transformou no principal partido de oposição ao governo. A situação atingiu seu auge durante a chamada “Crise do Campo”, como ficou conhecida no Brasil a greve realizada pelas quatro maiores entidades representativas do setor do agronegócio argentino. O motivo da greve foi a decisão do Governo de Cristina Kirchner em aumentar o imposto de exportação da soja com o objetivo de frear a “sojanização” da agricultura na Argentina, cuja expansão, embalada pela alta de preços da commodity no mercado internacional, estava colocando em risco a diversidade da produção agrícola e os pequenos agricultores. Nesse episódio em especial, os meios de comunicação atuaram como uma assessoria de imprensa dos representantes do agronegócio, fazendo uma cobertura fortemente parcial. Premida por essa situação, a presidenta resolveu colocar em marcha a formulação de uma nova lei de radiodifusão.

UMA NOVA REGULAMENTAÇÃO SE FAZ NECESSÁRIA

A primeira reunião convocada pela presidenta da Argentina para tratar da nova lei teve a participação de acadêmicos e representantes da Coalizão por uma Radiodifusão Democrática⁵. A Coalizão é uma articulação que tem a participação de centenas de pessoas, entre acadêmicos, profissionais, estudantes, e dezenas de entidades da sociedade civil argentina. A Coalizão definiu uma plataforma comum de luta por mudanças no quadro da comunicação social na Argentina, chamada de “21 Pontos Básicos pelo Direito à Comunicação”, que foi apresentada à sociedade argentina em agosto de 2004. Este documento foi uma das principais bases teórica e política para o processo de formulação da nova Lei de Meios.

Dentre os 21 Pontos Básicos vamos destacar, neste estudo, apenas dois. Exatamente aqueles que abordam de maneira mais direta a questão da concentração midiática e o papel do Estado como principal ator na regulação e organização do setor.

O Ponto 5 expressa:

La promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión. El Estado tiene el derecho y el deber de ejercer su rol soberano que garanticen la diversidad cultural y pluralismo comunicacional. Eso implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión⁶.

O Ponto 6 é claro ao apontar o propósito de uma legislação democratizante:

Si unos pocos controlan la información no es posible la democracia. Deben adoptarse políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. La propiedad y control de los servicios de radiodifusión deben estar sujetos a normas antimonopólicas por cuanto los monopolios y oligopolios conspiran contra la democracia, al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la cultura y a la información de los ciudadanos⁷.

A primeira versão do Anteprojeto de Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual ficou pronta em 18 de março de 2009, e foi apresentado em ato no Teatro Argentino de La Plata pela própria presidenta Cristina Kirchner. Em seguida, foi submetido a um processo de consultas e de debates em várias cidades argentinas. Durante cerca de cinco meses foram realizados 28 fóruns e 60 conferências, além de centenas de debates abertos organizados por sindicatos, estudantes, academia, dentre outros. Ao final dessa etapa haviam sido apresentados mais de 800 sugestões ao Anteprojeto. Alguns desses aportes podem ser lidos no texto final da Lei, que, aos acolhê-los, manteve a indicação do origem da proposta.

O governo apresentou ao Congresso Nacional o Projeto de Lei resultante desse processo no dia 27 de agosto de 2009. Na Câmara dos Deputados a nova versão da lei sofreu duas modificações importantes. A primeira delas foi o aumento do número de diretorias na direção da Autoridade Federal de Aplicação e na empresa Rádio e Televisão da Argentina S/E, de cinco para sete cadeiras. A segunda excluiu as telefônicas do rol de empresas com permissão para produzir conteúdo audiovisual. Em 17 de setembro a Lei recebeu a meia sanção da Câmara dos Deputados. E em 10 de outubro de 2009 foi aprovada pelo Senado, sem modificações.

Após a promulgação, no mesmo dia 10 de outubro, a Lei passou a sofrer os primeiros revezes na justiça argentina, e as ações acabaram por levar à suspensão da norma. Num primeiro momento uma suspensão parcial, depois em sua totalidade. Os dois principais tipos de questionamentos judiciais diziam respeito (i) ao processo de aprovação no Congresso, contestado por alguns deputados da oposição, e (ii) aos artigos que definem limites de propriedade de licenças e limites mínimos de produção local para rádios e televisões, que por sua vez foram contestados por veículos comerciais, que alegavam que tais artigos atentavam contra a liberdade de expressão. Depois de uma longa batalha jurídica, que atrasou a plena eficácia da nova Lei de Meios em mais de oito meses, em 15 de junho de 2010 a Corte Suprema da Argentina declarou a legalidade do processo legislativo que levou a aprovação do novo marco regulatório, abrindo caminho para sua implementação. Entretanto, ainda segue sob júdice o artigo que trata dos limites de propriedade, conhecido como artigo da desinversão.

QUAIS AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA NOVA LEI DE MEIOS?

A agora vigente Lei de Serviços de Comunicação Audiovisual é uma legislação moderna, lastreadas em marcos jurídicos e políticos internacionais, como a Convenção da Unesco sobre a Proteção e a Promoção da Diversidade das Expressões Culturais; a Declaração de Princípios sobre Liberdade de Expressão da Organização dos Estados Americanos; a Diretiva Européia ‘Televisão Sem Fronteiras’; e a Declaração conjunta sobre diversidades na radiodifusão dos relatores da ONU (Organização das Nações Unidas), OEA (Organização dos Estados Americanos), OSCE (Organização para a Segurança e Cooperação Européia) e CADHP (Comissão Africana dos Direitos Humanos e dos Povos).

Segundo o Prof. Damian Loreti, em entrevista ao periódico La Arena, a atual lei difere dos diversos projetos de alteração de Lei da Ditadura Militar apresentados anteriormente por que:

“es el único que plantea meterse en la lógica de los servicios de comunicación audiovisual; los otros no lograban salirse del esquema de regulación del soporte de la radiodifusión. Aquí se plantea un modelo legislativo de

promoción y diversidad de expresiones audiovisuales, independientemente de su soporte, cambiando el modo de entender la actividad”⁸.

Os formuladores da Lei se valeram da análise comparada da legislação de vários países, como a Lei de Responsabilidade Social em Rádio, Televisão e Meios Eletrônicos (Ley Resorte), da Venezuela, a Diretiva Européia de Serviços de Comunicação Audiovisual (Diretiva Televisão sem Fronteiras), e a legislação espanhola.

Em seu primeiro artigo, a nova Lei de Meios apresenta objetivos claros e audaciosos de desconcentração e aumento da concorrência, com vistas ao barateamento dos serviços e a democratização. Para alcançar essa tarefa foram criados um conjunto de novas autoridades e órgãos reguladores, além de uma nova empresa estatal, a Rádio e Televisão Argentina Sociedad do Estado (RTVA S/E), responsável por administrar e operar os serviços de radiodifusão sonora e televisiva do Estado.

O principal órgão do novo sistema é a Autoridade Federal dos Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA), pois é a autoridade de aplicação da Lei. Sua diretoria é formada por sete membros, sendo seu presidente e um segundo membro indicados pelo Poder Executivo. Outros três membros são indicados pelo Congresso Nacional e os dois últimos pelo Conselho Federal de Comunicação Audiovisual. A Autoridade Federal substitui o antigo COMFER (Comitê Federal de Radiodifusão), criado pela Ditadura Militar.

Os outros órgãos criados pela Lei são: o Conselho Federal de Comunicação Audiovisual, com 38 membros e a função de assessorar e colaborar com o desenho das políticas públicas de comunicação; o Conselho Assessor da Comunicação Audiovisual e da Infância; a Comissão Bicameral de Promoção e Acompanhamento da Comunicação Audiovisual, formada no âmbito do Congresso Nacional e composta por oito deputados e oito senadores; a Defensoria do Público de Serviços de Comunicação Audiovisual, também indicada pelo Congresso Nacional e ali instalada; e o Conselho Consultivo Honorário dos Meios Públicos, cuja função é servir de órgão de controle social da Rádio e Televisão Argentina Sociedad de Estado (RTVA S/E); além da própria RTVA.

Não é objetivo deste artigo a análise detalhada da composição, papéis, atribuições e inter-relação entre os diversos órgãos e instâncias criadas no âmbito da nova Lei. No entanto é fundamental frisar que o sucesso ou o fracasso da política de desconcentração do mercado de comunicação audiovisual argentino, com vistas à “desmonopolização” e “desoligopolização”, estão diretamente vinculados à eficiência e à eficácia dessa nova arquitetura jurídica, política e institucional.

Os órgãos acima mencionados, em especial os Conselhos, são instrumentos fundamentais de controle e participação social nas políticas públicas e decisões relativas ao campo da comunicação. No entanto, para que a sociedade em geral possa exercer de fato seu papel de fiscalizadora do setor, a nova Lei de Meios também acolheu importantes instrumentos de accountability. Entre eles, a obrigatoriedade da divulgação diária na programação de rádios e televisões das informações relativas às suas licenças, como, por exemplo, a data de seu vencimento; também a disponibilização em sites na internet de todos os dados relativos ao concessionário de um serviço de comunicação audiovisual, como composição acionária, composição da diretoria, advertências recebidas, entre outros. Além disso, na página da internet da Autoridade Federal de Aplicação é possível encontrar informações sobre os

registro de agências de publicidade e propaganda, produtoras, programadoras e demais licenças e autorizações expedidas pelo órgão.

REGIME DE PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

O Título III da nova Lei estabelece um novo regime para prestação dos serviços de comunicação audiovisual. Nele, são apresentados os três tipos de prestadores de serviço instituídos pela norma. São eles: de gestão estatal, de gestão privada com fins lucrativos e de gestão privada sem fins lucrativos. Ao primeiro grupo serão outorgadas autorizações para a prestação dos serviços de comunicação audiovisual previstos na Lei. Ao segundo e terceiro grupo serão outorgadas licenças.

As autorizações serão adjudicadas de forma discricionária pelo poder público, sem necessidade de concurso, à entidades de direito público, universidades federais e à Igreja Católica. Instituições que contam com status diferenciado na Constituição daquele país, da mesma forma que os povos originários. Não há prazo de vencimento para as autorizações. As licenças serão adjudicadas sempre mediante concurso público, que será aberto a todos os interessados e também permanente. O prazo de vigência é de dez anos, renováveis por igual período. Na renovação é obrigatória a realização de audiência pública na localidade da prestação do serviço. Caso aprovada a prorrogação e chegado ao final do período máximo da licença (20 anos) deverá a Autoridade Federal de Aplicação obrigatoriamente realizar novo concurso. A entidade que detiver a licença poderá candidatar-se para o novo pleito.

Apenas os serviços de radiodifusão aberta que superarem os 50km de raio de cobertura e estiverem situados em localidades com mais de 500 mil habitantes serão outorgados diretamente pelo Poder Executivo Federal. Os demais serviços serão outorgados pela própria Autoridade Federal de Aplicação, sem a necessidade de passar pelo Poder Executivo.

Por fim, outra característica fundamental da nova Lei são os novos limites estabelecidos para a propriedade de licenças do mesmo tipo ou de naturezas distintas, além dos prazos estabelecidos para a adequação das empresas às novas normas. Mas como este é o tema principal do artigo, vamos analisá-lo abaixo com maior detalhamento.

COMO DESMONTAR UM ESQUEMA CRISTALIZADO HÁ DÉCADAS

O Artigo 45 da nova Lei de Meios, que trata da Multiplicidade das Licenças, está inserido no Capítulo II, que regulamenta o novo regime de licenças. Esse Artigo dedica-se a montar um conjunto de regras cujo objetivo é impor limites (i) à propriedade horizontal – aquela caracterizada pela posse, por parte de uma mesma empresa ou grupo econômico, de mais de um veículo do mesmo tipo em uma mesma região (mais de uma televisão, mais de uma emissora de rádio, etc); (ii) vertical – caracterizada quando uma mesma empresa ou grupo econômico controla várias etapas (produção, empacotamento, distribuição, etc) de uma mesma cadeia de valor; (iii) e cruzada – caracterizada quando uma mesma empresa ou grupo econômico detém veículos de natureza distinta em uma mesma área ou região (jornal e rádio, televisão e jornal, etc). Tais limites estão organizados em duas esferas geográficas: nacional e local.

Na esfera nacional, uma mesma empresa, grupo ou pessoa física poderá ser titular de, no máximo:

1. Uma licença de serviço de comunicação audiovisual por satélite. Esta licença exclui a possibilidade de acumular qualquer outra. Na prática, isso significa que megagrupos de mídia, como a Telefónica de Espanha e o Clarín, terão que optar por permanecer no negócio da televisão por satélite (o Grupo Clarin detém 5% da DirecTV e a Telefónica está presente do mercado de satélites por meio da subsidiária Hispasat) ou permanecer com seus canais de televisão aberta;
2. Dez licenças de serviço de comunicação audiovisual com uso de espectro eletromagnético;
3. Se for proprietário de qualquer veículo de comunicação, só poderá ser proprietário de um único canal de programação à parte das programações próprias de cada veículo. Essa limitação é um claro exemplo de controle da concentração vertical, pois impede que um mesmo grupo se torne dominante em mais de um elo da cadeia produtiva do audiovisual, como a produção e programação;
4. Vinte e quatro licenças de radiodifusão por assinatura, seja por cabo ou outra tecnologia por vínculo físico. Esse número é igual ao total de províncias na Argentina.

Vale salientar que, ainda na esfera nacional, nenhuma empresa, grupo ou pessoa física titular de serviços de comunicação audiovisual poderá, por meio de seus veículos, atender a mais do que 35% do total dos assinantes, no caso de serviços por assinatura, ou cobrir mais do que 35% do total de habitantes do país, no caso de serviços abertos.

Combinado aos limites em esfera nacional, os limites de licenças em nível local para uma mesma empresa, grupo ou pessoa física são os seguintes:

1. 1 licença de rádio AM;
2. 1 licença de rádio FM. Há exceção para quando houver mais de oito frequências livres na localidade, quando abre-se a possibilidade de uma mesma empresa ou pessoa física concorrer a uma segunda licença;
3. 1 licença de televisão aberta ou 1 licença de televisão por assinatura. Ou seja, são licenças excludentes na esfera local.

Independentemente dos tipos das licenças, o número total por grupo, empresa ou pessoa física em uma única localidade não poderá ser superior a três.

Além dos limites por cobertura geográfica (esferas nacional e local), o Artigo 45 estabelece que licenciários de serviço de televisão por assinatura não poderão ser titulares de registro de canais de programação. Com este mecanismo evita-se uma situação bastante conhecida no Brasil, na qual uma empresa, além de ser proprietária do sistema de distribuição do sinal (cabos, satélite, etc), é também dona de alguns ou vários dos canais vendidos em seu próprio serviço.

Por fim, vale ressaltar que o Artigo que acabamos de analisar trata exclusivamente de multiplicidade de licenças, o que significa que estão de fora do seu escopo as autorizações. Portanto, concluímos que não estão sujeitos aos limites nele estabelecidos os órgãos de governo, as universidades federais, a Igreja Católica e os povos originários.

À GUIA DE CONCLUSÃO

A primeira conclusão que podemos extrair desse estudo é do ponto de vista normativo e jurídico. Observando-se a articulação entre os diversos limites, níveis e tetos para a titularidade

de licenças é possível afirmar que na Argentina da nova Lei de Serviços Audiovisuais existe uma definição para monopólio e oligopólio no setor das comunicações.

Podemos afirmar que monopólio é a situação na qual uma única empresa, grupo ou pessoa física, por meio de seu(s) veículo(s) licenciado(s) atenda(m), efetivamente, a mais de 35% do total de assinantes de um determinado serviço, ou cubra(m), no caso de serviços de recepção aberta, mais do que 35% do total de habitantes do país. Como tais limites referem-se apenas à esfera nacional, não se pode dizer, segundo a nova lei, que um veículo que ultrapasse esses limites em uma cidade ou província pode ser considerado um monopólio “local”.

Oligopólios são mais difíceis de serem configurados, pois há hoje no setor de comunicação argentino e mundial um alto grau de participação de capitais de uma empresa ou grupo em outros, formando verdadeiras teias de participação societária, como bem podemos observar no Mapa de Alianzas de las Comunicaciones, da Revista Convergencia Telemática (Anexo I)⁹. Segundo a nova lei, se um determinado conjunto de empresas compartilha parte de seus capitais entre si, por meio de cotas societárias, todos os veículos que estejam sob a titularidade de uma ou outra empresa serão considerados parte de um mesmo grupo. Nesse caso, não poderão esses veículos, em seu conjunto, ultrapassar os limites estabelecidos pelo Artigo 45.

Para se ter uma idéia do impacto dessas definições, segundo Juan Gabriel Mariotto, presidente da Autoridade Federal de Serviços de Comunicação Audiovisual (AFSCA), o Grupo Clarín detém hoje cerca de 80% do total de assinantes de televisão por assinatura do país¹⁰. Pela nova Lei deverá recuar, por meio da venda de algumas de suas operadoras de televisão a cabo, até chegar a 35%. O que significa abrir mão de 45% do mercado para outros grupos e concorrentes.

Para chegarmos a segunda e última conclusão deste artigo precisamos nos distanciar um pouco do texto da Lei e levar o foco da análise para o processo de regulamentação da normativa, especialmente à luz do Decreto 1225/2010, que regulamentou a Lei de Meios, e da Resolução 173/2010 da Autoridade Federal de Aplicação, que implementou o Sistema de Informações Públicas dos Prestadores de Serviços de Comunicação Audiovisual.

A Resolução 173 deu prazo de 10 dias úteis, a partir de sua publicação, em 29 de junho de 2010, para que todos os prestadores de serviços de comunicação audiovisual atualizassem suas informações junto a Autoridade Federal e disponibilizassem, por meio de página na internet, as mesmas informações apresentadas à Autoridade Federal. Algumas das informações solicitadas foram: nomes dos sócios e suas respectivas participações acionárias, perfil da programação aprovado no momento da adjudicação da licença ou autorização, pauta de publicidade oficial de órgãos de Estado, validade da licença, entre outros. A Resolução 173 também obrigou rádios e televisões a divulgarem diariamente, em horário nobre, as principais informações sobre suas licenças e veículos. Trata-se de uma pequena revolução sobre o aspecto do controle público e accountability dos meios de comunicação.

Em 46 páginas, sendo 25 delas de “considerandos” e as demais dedicadas a detalhar artigo por artigo da Lei de Meios, o Decreto 1225, de 30 de agosto de 2010, regulamentou diversos aspectos da nova Lei, tais como conceitos, abrangências, prazos, entre outros. Uma dessas regulamentações interessa mais diretamente a este estudo. Trata-se do Artigo 161, que estabeleceu o prazo de um ano para que as empresas argentinas adequassem-se aos limites estabelecidos pelo novo marco regulatório. Segundo o Decreto, caso não haja ação

voluntária das empresas ou grupos de adequarem-se aos novos limites, a Autoridade Federal de Aplicação poderá atuar “de ofício”, ou seja, usando a força da Lei. Essa normatização é muito importante para não permitir que os titulares de licenças posterguem, ad eternum, a adequação à nova Lei. Ou, por outro lado, que a Autoridade Federal seja obrigada a ir à Justiça a cada caso de recusa para garantir a obediência ao novo quadro normativo. Se algum grupo ou empresa se sentir atingido em seus direitos, estes é que deverão ingressar com ações junto ao Poder Judiciário.

Entretanto, como o Artigo 161 segue sob júdice. Graças a uma ação impetrada pelo Grupo Clarín a regulamentação desse artigo em especial não pôde ainda ser implementada. Segundo notícias recentes da mídia argentina, existe uma pressão por parte do Governo para uma maior celeridade no julgamento do processo, que tem limite máximo para ser analisado pelo juiz designado de dois anos, ou seja, até 2013.

Diante desse cenário, da intenção do Estado Argentino em seguir regulamentando, passo-a-passo, todos os aspectos necessários da nova Lei, criando assim o arcabouço infra-legal necessário à eficácia do texto jurídico, é possível concluir que a nova Lei de Meios está, de fato, saindo do papel e começando a modificar o cenário da comunicação social eletrônica de massas na Argentina, apontando para um processo de democratização do setor e com grandes potencialidades de promover o processo de desconcentração do mercado. Ao que tudo indica, segue havendo vontade política para não deixar a Lei virar letra morta.

Acreditamos que há grandes chances de as mudanças apontadas pela Lei 26.522 se tornarem realidade em pouco tempo e que possamos, em curto prazo, voltar a avaliar o processo argentino não apenas sobre o ponto de vista legal, formal ou normativo, mas principalmente sob seus impactos econômicos e sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

21 Puntos Básico por el Derecho a la Comunicación. Coalición por una Radiodifusión Democrática. Recuperado em 11 outubro, 2010, de www.coalicion.org.ar

Bolão, C. R. S. (2007). Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?. São Paulo: Paulus.

Borelli, J. M. Gobierno vs concentración mediática. ¿K te parece?. Recuperado em 6 setembro, 2010, de <http://enlosmargenes.wordpress.com/2010/04/29/gobierno-vs-concentracion-mediatica-¿k-te-parece/>

Ginicer, L. P. Legislación y concentración mediática en Argentina. Recuperado em 6 setembro, 2010, de <http://www.cta.org.ar/base/article12271.html>

Hamelink, C. (1984). Políticas nacionales de información: un alegato en favor de la disociación. In Gumucio-dragon, A & Tufte, T. Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas, New Jersey: Consorcio de Comunicación para el cambio social.

Loreti, D. (2010). Entrevista ao Jornal La Arena. (Maio, 14). Recuperado em 3 setembro, 2010, de http://www.laarena.com.ar/el_pais-entrevista_a_loreti_por_la_nueva_ley_de_medios-47705-113.html

Mapa de Alianzas de las Comunicaciones, Revista Convergencia Telemática. Recuperado em 11 outubro, 2010, de <http://www.convergencia.com>

Moraes, D. de (2009). A Batalha da Mídia: governos progressistas e políticas de comunicação

na América Latina e outros ensaios. Rio de Janeiro: Pão e Rosas.

Rodríguez, D. & Seoane, J. Orígenes y características del proceso de concentración y extranjerización. Recuperado em 6 setembro, 2010, de <http://www.cta.org.ar/base/article12216.html>

Notas

1. Para aprofundamento no tema sugiro os artigos Legislación y concentración mediática en Argentina, de Luis Pablo Giniger, em <http://www.cta.org.ar/base/article12271.html>, e Orígenes y características del proceso de concentración y extranjerización, de Daniel Rodríguez y José Seoane, em <http://www.cta.org.ar/base/article12216.html>.
2. Rodríguez, D. Seoane, J. Orígenes y características del proceso de concentración y extranjerización. Recuperado em 9 setembro, 2010, de <http://www.cta.org.ar/base/article12216.html>
3. Mapa de Alianzas de las Comunicaciones, Revista Convergencia Telemática. Recuperado em 11 outubro, 2010, de <http://www.convergencia.com>
4. Rodríguez, D. & Seoane, J. Orígenes y características del proceso de concentración y extranjerización. Recuperado em 6 setembro, 2010, de <http://www.cta.org.ar/base/article12216.html>
5. Para mais informações acesse www.coalicion.org.ar.
6. 21 Puntos Básico por el Derecho a la Comunicación. Coalición por una Radiodifusión Democrática. Recuperado em 11 outubro, 2010, de www.coalicion.org.ar
7. Idem.
8. Loreti, D. (2010) Entrevista ao Jornal La Arena. (Maio, 14). Recuperado em 3 setembro, 2010, de http://www.laarena.com.ar/el_pais-entrevista_a_loreti_por_la_nueva_ley_de_medios-47705-113.html
9. Idem
10. J. G. Mariotto, titular de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, em declaração a LR9 Radio América, (2010, Setembro 01)

ANEXOS

ANEXO 1 – Mapa da Concentração do Mercado de Telecomunicações na Argentina.

Fonte: Revista Convergencia Telemática, do Grupo Convergencia (www.convergencia.com)

