



El juicio al grupo Clarín motivó dos apreciaciones sobre la presidenta argentina. Unos la vieron como defensora de la libertad de expresión y otros como censuradora de sus opositores. (Foto: codigopopular.com.ar)

Regulación de medios en América Latina

GIOVANNI ANTICONA

En un contexto de libre mercado y libre competencia, cada vez que el Estado debe hacerse presente surge para algunos un tufillo intervencionista. No son pocos quienes dan respingos, recelosos del potencial peligro de la presencia estatista, esa que, se cree, frenaría el avance económico por medio de regulaciones que colisionarían con los intereses empresariales. Otros piensan que una economía que no está apoyada en una institucionalidad clara y sólida, proveniente del Estado, solo lleva al caos social y a la chúcarca filosofía del vale todo, ese afán frenético de llenarse los bolsillos a cualquier precio, sin importar a quienes se atropelle o aplaste. La pugna entre el poder empresarial y el poder político, tema polémico en el debate público, cobra aquí un cariz más potente al entrar en juego, como tópico que completa el triángulo, la suma de libertades ciudadanas asociadas a la libertad de expresión.

A raíz de la compra de Epena por el grupo El Comercio, el tema de la concentración de medios cobró una gran visibilidad en la agenda política nacional. No solo se trataba de un tema empresarial, puesto que la adquisición de medios de comunicación habría de traer consigo cuestionamientos acerca de la libertad de expresión y el resguardo de la democracia, así como de la defensa de la libertad de empresa y el rol del Estado como ente regulador.

En los países de la región, el debate sobre la concentración de medios ha estado presente en los últimos años. La creación y aprobación de leyes, y la discusión sobre

la necesidad de revisar las ya existentes y proponer reformas para estas, han sido tareas de los actuales gobiernos de países como el Uruguay y la Argentina. De esta manera, elaborando paralelismos, se puede quitar un poco de bruma al panorama peruano y buscar salidas que se ajusten a estos tiempos.

El argentino Guillermo Mastrini, doctor en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid y docente universitario en su país de origen, advierte que no existen modelos aplicables de manera universal, sino que cada nación construye su propia historia en la regulación de medios. “No creo que nadie deba tomar recetas de otro. Se debe ver lo que puede ser adaptado y lo que es necesario dejar de lado”, opina. De un modo similar piensa Omar Rincón, periodista colombiano y analista de medios del diario *El Tiempo*, que afirma que no es necesario inventarse todo de nuevo, sino recoger experiencias de países de la región y sopesarlas con la realidad del propio país.

Rincón menciona una lista de temas para tomar en cuenta en la elaboración de una ley de medios. Sostiene que se debe pensar en un sistema integral de medios y respetar la libertad de expresión con más diversidad. Asimismo, que es indispensable limitar a las grandes empresas, como mineras o bancos, la adquisición de medios para evitar la concentración de manera transversal. Acerca de los medios públicos, afirma que estos deben ser financiados por el Estado como una manera de cumplir su rol integrador. Es

necesario, agrega el colombiano, reservar espacios para medios ciudadanos para minorías y de interés público en general. La publicidad oficial debe enfocarse en la diversidad de medios y no operar como un mecanismo de premio y castigo. Con respecto a las condiciones laborales de los periodistas, estas deben mejorar, incluyendo la existencia y el fortalecimiento de los sindicatos.

Una pregunta que revolotea sobre el barullo de la polémica es quién o quiénes van a coordinar la creación de la ley. Según Rincón, el reto debe ser compartido por los académicos de las comunicaciones, los alumnos de esas especialidades y los periodistas. La idea de fondo es otorgarle la importancia que merece al ciudadano y elevarse sobre las asperezas producidas por las luchas de intereses.

* * *

La solidez de la democracia charrúa se ve reflejada en cómo se desenvuelven sus medios de comunicación. “Uruguay es un país que, a nivel internacional, es visto como uno donde se respeta más la libertad de expresión y la libertad de prensa”, señala Gustavo Gómez, investigador y docente uruguayo, experto en temas de libertad de expresión y regulación de medios. Cuenta, además, que Reporteros sin Fronteras, una organización internacional de periodistas, ha ubicado al Uruguay en primer lugar en Sudamérica y segundo puesto en América Latina, luego de Costa Rica, en su *ranking* sobre libertad de prensa.

Aun en un país como el Uruguay, libre de ataques y amenazas contra los periodistas, el diseño de una ley relacionada con las comunicaciones es parte de sus planes, como en otros países de la región. No obstante, también existen críticas y muestras de desconfianza. “Cuando uno plantea la regulación de medios, mucha gente lo ve como un ataque seguro a la libertad de expresión y censura”, apunta Gómez.

En julio de 2010, el gobierno de José Mujica organizó un debate sobre la importancia de la elaboración y aprobación de una nueva ley. En la convocatoria se incluyó a hombres de prensa, empresarios, civiles, representantes de universidades públicas y privadas, y a una representante de la OEA. Se observó que existían tres aspectos que debían ser tomados en cuenta esencialmente: la ley de radiodifusión es de la época de la dictadura; se trata de una legislación que incumple con los estándares internacionales en materia de libertad de expresión; y los grandes cambios tecnológicos tornan anacrónica a esa antigua ley, que no se ajusta a las coordenadas actuales.

En cuanto al proyecto de ley, el presidente uruguayo José Mujica ha aclarado que no hay intención de amordazar a los medios, sino todo lo contrario. Afirma que la idea es “dar certezas en algunos terrenos movedizos desde el punto de vista jurídico y también para garantizar más libertad de expresión”. Añade que no hay pretensión alguna de regular los medios de comunicación. “Tampoco existe



Jóvenes mexicanos protestan frente a Televisa. Las redes sociales favorecen la convocatoria de grandes manifestaciones. (Foto: www.proceso.com.mx)

ningún interés en regular los contenidos de los informativos ni meternos en la eventual línea editorial de los medios”, remarca Mujica.

El proyecto de ley uruguayo está pensado como el producto de un diálogo entre los diversos sectores de la sociedad. “Se organizan como sociedad para gestionar un concepto en que, incluso, la derecha está de acuerdo”, indica Rincón. Viéndolo de manera más amplia, se trataría de un proyecto nacional.

El caso argentino es muy ilustrativo en el tema de la regulación de medios. Según Guillermo Mastrini, lo que se difundió hacia el exterior fue que la ley argentina de medios era una ley mordaza, visión que fue propulsada por la parte interesada desde el lado empresarial. Ese hecho, según el especialista, es evidencia de que no existe tanta variedad de voces. “Se habla de ley mordaza, pero no se da un solo ejemplo de que lo sea”, destaca.

Esta ley restringe la posibilidad de una concentración, puesto que ninguna

empresa puede tener más del 35% de participación. Omar Rincón rescata varios aspectos de la ley argentina. “Nació de una coalición donde se juntaron sindicatos, organizaciones de derechos humanos y de periodistas, profesores de comunicación”, afirma. También se refiere a la intención de aumentar la producción como otro elemento positivo.

El grupo Clarín, dueño del diario del mismo nombre, de canales de televisión, emisoras de radio y un servicio de cable, consideró que una ley de medios iba a servir al gobierno de Cristina Fernández de Kirchner para censurar a sus opositores, de los que Clarín forma parte. El grupo expresó que esta ley contradecía principios constitucionales así como a la Convención Americana de Derechos Humanos, entre otros acuerdos internacionales.

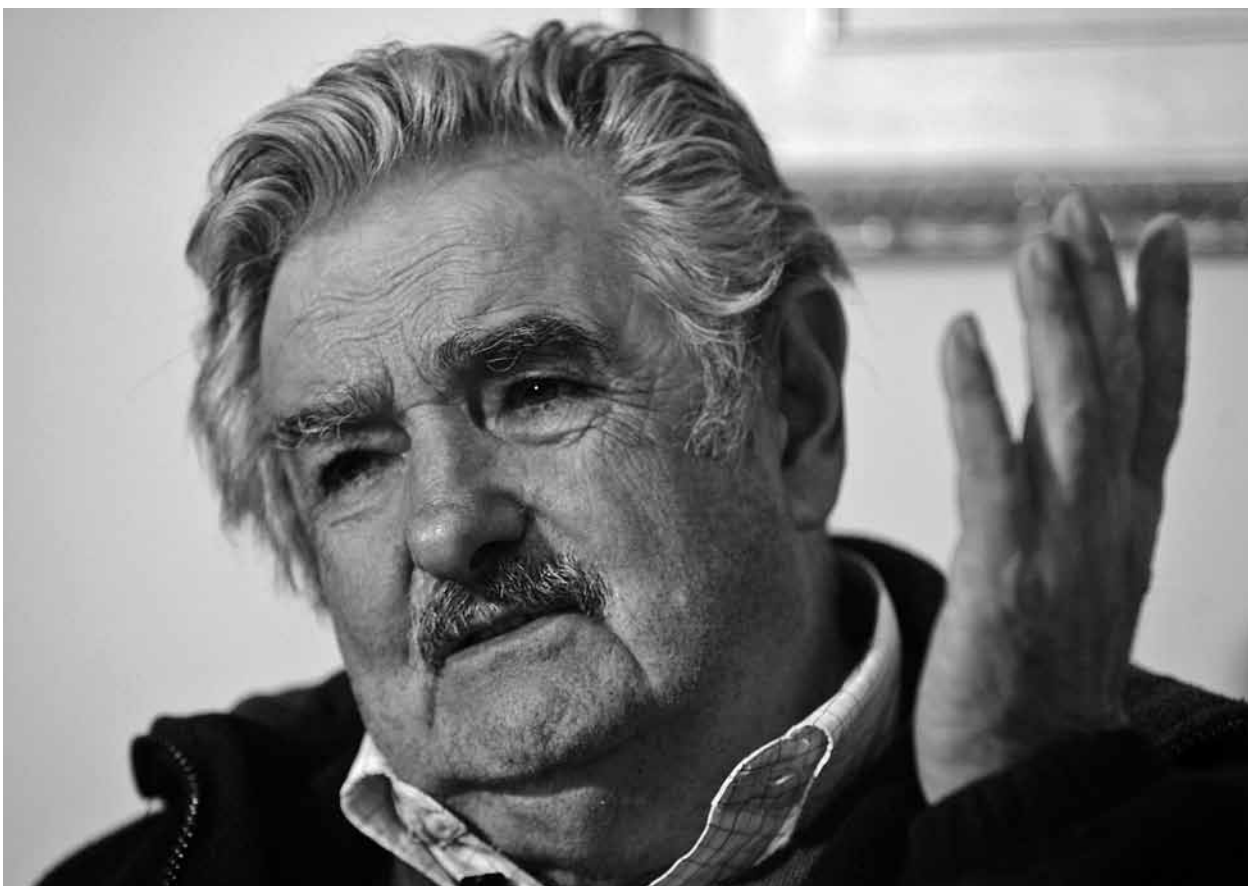
Una suma de voces se alzó en contra de la concentración, pero también había escépticos en lo que respecta a la efectividad de la Ley de Medios. “Nunca estuve a favor de la Ley de Medios aunque, lo admito, hubo tres motivos que me generaron dudas. El primero es que una cantidad enorme de amigos de toda la vida estaban entusiastamente a favor. Eran los tiempos en los que hasta Jorge Lanata estaba de acuerdo”, expresó el periodista argentino Ernesto Tenembaum en agosto de 2013. Tenembaum dejó en claro que otra evidencia que lo animó a apoyar la Ley en un inicio era que el grupo Clarín ejercía un excesivo nivel de concentración. Admitió, además, que los gobiernos que encaraban al poder empresarial le causaban simpatía. Esa Ley era un desafío y eso animó a muchos.

Surgirían, luego, los que desconfiaban de esa voluntad del gobierno por prohibir la concentración y promover la pluralidad. En ese mismo mes, Damián Cassino, abogado del grupo Clarín, afirmó que en la Argentina existía mucha diversidad de voces, donde poseían la mayor oferta de medios de Latinoamérica.

En noviembre de 2013, el Instituto para el Desarrollo Social Argentino (Idesa) ofreció un informe donde se mencionaba que el grupo Clarín manejaba el 60% de la televisión por cable en la Argentina. De esta evidente concentración se concluía que el país poseía un sistema de gobierno poco eficaz, pues permitía que suceda el oligopolio. Otro dato relevante para la realidad argentina fue un informe del Banco Mundial, que ubicaba a dicho país en la posición 126, distanciado de los otros países latinoamericanos, en indicadores sociales y económicos. En general, los *rankings* dejaban en claro que la Argentina pasaba por un período de crisis institucional. La concentración de medios era otro factor nocivo dentro de esta situación que trataría de paliarse con la Ley de Medios.

* * *

Los países de la región ofrecen ejemplos sobre regulación de medios que se pueden tomar en cuenta para abordar el tema en el Perú, tanto para imitar como para rechazar. Según el colombiano Omar Rincón, Ecuador y Venezuela cuentan con ciudadanos que son prácticamente críticos de los medios, al ser estos materia de discusión nacional. El problema ocurre cuando el gobierno denuesta y



Querido por muchas personas dentro y fuera de su país, el presidente uruguayo Pepe Mujica aclaró que la nueva ley de medios favorece la pluralidad. (Foto: ceri.org.py)

desautoriza al periodismo local, y la gente interioriza ese discurso hasta el punto de creer que la prensa es enemiga del poder y nociva para el país. Por otra parte, en estos países la producción local es obligatoria, lo que da trabajo a los comunicadores nacionales. Esta es una buena medida, pero se echa a perder ante la ausencia de los parámetros democráticos y la inclinación por el autoritarismo.

Rincón ofrece un panorama de la situación de varios países importantes de la región con respecto a la regulación

de medios. En México, la ley de medios es positiva porque aumenta dos puntos el PBI, lo que es beneficioso para la economía de ese país. Por otra parte, una muestra de la iniciativa que poseen los mexicanos fue la protesta contra Televisa, que tuvo repercusión. El toque polémico lo colocó Rafael Correa, presidente del Ecuador, al felicitar a estos jóvenes y alentarlos a continuar con las protestas. Se acusaba a la cadena televisiva de haber apoyado a Enrique Peña Nieto, actual presidente mexicano. Los jóvenes que



Cada vez que Rafael Correa habla, pone los pelos de punta a los propietarios de medios. (Foto: morasta.it)

protestaban, miembros del movimiento #YoSoy132, demandaban el equilibrio informativo tras las elecciones y la democratización de los medios.

De Chile se puede rescatar el incentivo por la producción de contenidos para minorías. De Colombia, Rincón afirma que le gusta “el sistema de financiamiento de medios. Nosotros le quitamos 1,5% de lo que producen los medios privados y el 7% de las suscripciones a Direct TV y a Claro, entre otros, y va para un fondo común con el cual se hace la televisión pública”.

En el caso del Brasil, se rescata el movimiento nacional que recogió firmas para azuzar al gobierno a que reaccionara y creara una nueva ley de medios. Se logró un decreto que conmina a los canales de cable a producir un 10% de programación en el territorio carioca. Esta medida tuvo mucho éxito en la población.

* * *

El argentino Guillermo Mastrini ofrece dos términos que son claves para entender el problema de la concentración de medios

desde el punto de vista económico: existe una diferencia entre rentabilidad y sustentabilidad. El Estado no tiene la responsabilidad de garantizar rentabilidad a las empresas comunicacionales, lo que entra en colisión con el interés de estas por ampliar sus negocios y ganar más dinero. En ese sentido, las medidas políticas no deben limitarse a la desconcentración, sino también orientarse a la pluralidad de los contenidos. Asimismo, se debe tomar en cuenta que una ley de medios no garantiza calidad, pero sí que haya muchas más voces.

Mastrini asegura que el origen de las políticas de comunicación se halla en las dinámicas históricas, donde están implícitas las definiciones de libertad de expresión. “Políticas de comunicación siempre ha habido, desde el siglo XV. Siempre hay intervención. Es equivocado creer que cualquier intervención del Estado es para censurar”, recalca. La idea es aprender a considerar al Estado como un garante de la libertad de expresión y no como un ente represor con voluntad de censurar. Este debe garantizar la pluralidad de voces, lo que sería el reflejo de una sociedad de esencia democrática donde existe libertad de expresión.

Para entender la gran relevancia del tema abordado aquí, es indispensable referirse al protagonismo de los medios de comunicación en la situación actual. “Los gobiernos, más que gobernar, comunican, y los medios hacen negocios y política”, afirma Omar Rincón. Esa reflexión nos

lleva hacia lo evidente: los medios son el territorio donde se agita la lucha por “el relato de la hegemonía política”. Esta ligazón entre los medios y la política se ve reflejada cuando las personas aspiran a un cargo político. A menudo, consiguen un espacio en la televisión o la radio locales para iniciar, desde esas plataformas, sus campañas. Es una manera de comenzar a existir y hacerse conocido en su localidad.

Crear nuevas legislaciones es una labor ineludible de los gobiernos, ya que estas leyes deben ajustarse al presente. Dentro de esta actualización, sería saludable que se busque el crecimiento de la producción local. De ello se encuentran ejemplos en algunos países de la región. “La ley de medios que hay todavía en El Salvador regula el circo”, señala Rincón para dejar en claro que en algunos países es más urgente actualizar la legislación, pero en todos es necesario realizarla.

Los países latinoamericanos van avanzando de a pocos en la creación de leyes de medios. La importancia de esto estriba en la necesidad de defender, por sobre todo, a los ciudadanos por el bien de la democracia. Insoslayable es mencionar que, más allá de las medidas que se tomen en el interior de cada país, es indispensable detenerse en lo que ocurre con el flujo internacional de noticias, que, como observa Mastrini, es mucho más concentrado que el nacional. Por sobre las situaciones vividas en los países, se impone la voz de las grandes agencias internacionales. ■