



Otra Mirada 31

Análisis y propuestas de política



CONCENTRACIÓN CONTRA LA DEMOCRACIA

© La compra del grupo Epena por parte del grupo El Comercio puso a este último como propietario del 78% de los medios escritos, creando un agudo problema de concentración en el sector, situación que devolvió el problema al debate nacional. Hoy le queda claro a buena parte de la opinión pública que la concentración afecta a la libertad de expresión y a la democracia. Presentamos por ello, un diagnóstico y propuestas urgentes para dar inicio a la democratización de los medios, con el fin de contribuir al verdadero desarrollo del país



2 Página
INTRODUCCIÓN
 Los medios de comunicación y la democracia

3 Página
DIAGNÓSTICO
 Concentración de la propiedad de medios

4 Página
PANORMA
 Ley de medios en el mundo

6 Página
CONTEXTO PERUANO
 Ni autoregulados ni legislados

8 Página
PROPUESTA
 Por una democracia de medios

OTRAMIRADA
 Análisis y propuesta de política
 Publicación del Colectivo Otra Mirada
Edición: N° 31
Presidente: Salomón Lerner Ghitis
Director: Nicolás Lynch Gamero
Consejo Directivo: Salomón Lerner G., Manuel Dammert Ego Aguirre, Cecilia Israel La Rosa, Nicolás Lynch Gamero, Pedro Francke
Investigación, análisis y edición: Laura Arroyo Gárate y Deici Dávila Altamirano
Fotos: Archivo del Diario La República
Dirección: José Pardo 741, 4to piso, Miraflores, Lima.
Teléfono: 445-6834
E-mail: infodiario@otramirada.pe
Impresión: Talleres del Grupo La República

Agradecimientos: Jorge Acevedo, Gustavo Gorriti y José Cornejo.

Los medios de comunicación y la democracia

Hace casi cuatro años, en abril de 2010, hacíamos en Otra Mirada No 8 un planteamiento precursor: democratizar la comunicación social. Nuestros planteamientos influyeron en el programa de la Gran Transformación en el que se plantearon los temas de la concentración de los medios, la propiedad cruzada y los medios públicos. El debate en la campaña fue, sin embargo, pobre, y sirvió sobre todo para calificar a los que defendíamos estas posiciones de controlistas y estatistas. Pasó el tiempo y el problema reventó por sí solo. La compra del grupo Epsa por parte del grupo El Comercio puso a este último como propietario del 78% de los medios escritos, creando un agudo problema de concentración en el sector. El problema volvía así abruptamente a la actualidad.

Sin embargo, ello ha permitido volver a poner sobre la mesa la relación entre los medios de comunicación y la democracia. Hoy le queda claro a buena parte del espectro político y de los líderes de opinión que el problema de la concentración afecta a la libertad de expresión y como resultado a la democracia. La consecuencia inmediata de ello es la acción de amparo de ocho periodistas de diferentes medios para que el Poder Judicial anule la compra hecha por el grupo El Comercio. No se había dado un paso tan importante en los últimos años para enfrentar al oligopolio mediático.

Pero este cuestionamiento nos trae también otros problemas sobre el mismo tema que debe-

mos tomar en cuenta. Nos referimos a la propiedad cruzada de varios tipos de medios –radio y TV por ejemplo– en una misma localidad, y a la presencia de los medios públicos y sociales en los espectros audiovisuales, analógico y digital, en una proporción significativa. La propiedad cruzada quizás sea un problema mayor que la concentración de medios porque supone una llegada más importante a la opinión pública que solamente la concentración. La radio y TV pública y los medios manejados por las organizaciones sociales significan en su desarrollo una multiplicación de las voces con intereses sociales distintos a los privados, por lo que es especialmente importante promover su desarrollo. Tenemos entonces tres problemas para abordar: la concentración, la propiedad cruzada y la promoción de los medios públicos y sociales.

Queda también al debate la salida al problema. ¿Basta con una sentencia judicial que impida la compra hecha por el grupo El Comercio? ¿Es suficiente la autorregulación de los medios de comunicación? ¿Hay necesidad de una ley que regule a los diversos tipos de medios? Al efecto, el congresista Manuel Dammert de la bancada Acción Popular-Frente Amplio está llevando adelante un ciclo de audiencias públicas en el Congreso para tratar las diversas posiciones al respecto. Esperamos que en los próximos meses se profundice la discusión y podamos llegar en el Perú a un nuevo consenso de la relación entre medios de comunicación y democracia. ☺

☺ ¿Basta con una sentencia judicial que impida la compra hecha por el grupo El Comercio? ¿Es suficiente la autorregulación de los medios de comunicación? ¿Hay necesidad de una ley que regule a los diversos tipos de medios? Al efecto, el congresista Manuel Dammert de la bancada Acción Popular-Frente Amplio está llevando adelante un ciclo de audiencias públicas en el Congreso para tratar las diversas posiciones al respecto.

Diagnóstico

La concentración como amenaza

Corría el mes de agosto del 2013 cuando nos enteramos que el Grupo El Comercio (GEC) compró el conglomerado de medios escritos EPENSA (hasta ese momento dueña de los diarios Correo, Ojo, el Bocón y Ajá). Con esta compra, GEC logró tener del 77.34% de la publicidad y el 78% de las ventas de diarios en nuestro país. No olvidemos que este grupo empresarial tiene también acciones en medios audiovisuales como América Televisión (la señal de televisión más importante) y Canal N (canal de cable). Sin duda, GEC se ha convertido en un pulpo mediático. ¿Por qué su posición actual en el mercado de medios afecta la democracia?

Luego de la experiencia velasquista, que bajo el discurso participativo acabó confiscando varios medios de comunicación, se extendió en el país la idea de que todos los medios deben ser privados. Durante los noventa, la organización delictiva encabezada por Alberto Fujimori y su asesor Vladimiro Montesinos llegó a comprar la línea editorial de muchos de los principales medios escritos y audiovisuales para que apoyen las políticas del fujimontesinismo y para que desprestigien a los opositores, tal como lo documentaron los infames "vladivideos".

La experiencia negativa de confiscación de medios y la compra de líneas editoriales originó, entonces, una corriente a favor de que todos los medios debieran ser de empresas privadas. Incluso hay quienes postulan que la radio y la televisión del Estado deberían también privatizarse para evitar, como siempre sucede, que caigan en manos del gobierno de turno. Entonces se fueron dando dos fenómenos en el mercado de medios en el país. En primer lugar, la concentración de medios en la prensa escrita ("si no puedes con tu competencia, icómprala!") y la propiedad cruzada, es decir, el hecho de que una misma empresa sea propietaria de varios tipos de medios, prensa escrita, radio y tv, en la misma localidad. A falta de una ley de regulación, hemos llegado a una situación de cuasi oligopolio mediático lo cual incumple el artículo 61º de nuestra Constitución que señala que la prensa, la radio, la televisión y los demás medios de comunicación no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, por parte del Estado ni de particulares.

La concentración de medios parece encontrar una importante opinión en contra luego de la adquisición de EPENSA por el GEC. Para el periodista Gustavo Gorriti, además del importante rol jugado por un grupo

CAMPAÑAS DEMOLEDORAS. La concentración de medios ha traído consigo campañas demoleadoras sobre figuras políticas contrarias a los intereses de los dueños de los medios. Recordemos las campañas de difamación sufridas por Susana Villarán, Javier Diez Canseco y Nicolás Lynch, a quienes incluso se les llegó a tildar de "terrucos".



de periodistas que han interpuesto una demanda de amparo contra esta compra porque estaría atentando con la libertad de expresión y el pluralismo informativo, el feroz ataque sufrido en las elecciones del 2011 por el entonces candidato presidencial Ollanta Humala, cuando los diarios de derecha se unieron en una campaña de desinformación y calumnia, ha levantado una alerta sobre el peligro que significa la concentración de medios para la democracia y la necesidad de que esta situación sea regulada.

SIN NORMA, SÍ HAY CONCENTRACIÓN

La compra de EPENSA por el GEC ha mostrado la gran resistencia de los propietarios de medios a cualquier intento de regulación. Si bien existe una legislación peruana que desarrolló el artículo 61 de la Constitución prohibiendo los acuerdos entre empresas para fijar precios o repartirse el mercado, se obvió desarrollar un conjunto de normas para regular determinadas fusiones y concentraciones cuando afectan la competencia. La libre competencia es favorable para la democracia porque implica la existencia de diversos ofertantes que disputándose un mismo mercado luchan entre sí para ganar el favor de los consumidores. Cuando hay un solo ofertante o muy pocos, la competencia se ve debilitada.

Frente a este panorama resulta urgente debatir y aprobar una ley antimonopolios. En el país existen 16 mercados altamente concentrados sin contar el mercado de medios. Si bien existe el interesante Proyecto de Ley N° 972/2011-CR, Ley de promoción de la libre competencia y la eficiencia en los mercados para la protección de los consumidores, presentado por el congresista Jaime Delgado en abril de 2012, ni la bancada nacionalista parece interesada en promover su debate. Así, dos años después de presentado, este proyecto sigue durmiendo el sueño de los justos. ☺

© Los medios masivos de comunicación son fundamentales para democratizar el ejercicio del gobierno porque canalizan la información y generan corrientes a favor o en contra de determinadas personas y/o posiciones políticas.



Artículo 61º Constitución:
"La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de comunicación no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, por parte del Estado ni de particulares"



LEY DE MEDIOS EN EL MUNDO

En diversos países del mundo hay una clara preocupación por la regulación de los medios de comunicación masivos. En América Latina la preocupación originó un cúmulo de normas y leyes en la última década. En Europa, la regulación de medios es de más vieja data. A continuación revisaremos algunos aspectos que no se quieren debatir en el país

REGULACIÓN EN AMÉRICA LATINA

En Brasil, se viene debatiendo una ley de medios. En Argentina y México se ha despenalizado la calumnia en casos de interés público. En Chile, hace varias décadas se tiene una importante televisión pública con un consejo directivo independiente. Todo ello con el fin de democratizar los medios de comunicación masivos. Los casos más recientes son Argentina y Ecuador.

La ley de medios de Argentina introduce tres cuestiones fundamentales que democratizan la comunicación: Primero, prohíbe el monopolio en un determinado tipo de medio, radio o tv, en una localidad. Segundo, prohíbe la propiedad cruzada, es decir no se puede tener propiedad de varios tipos de medios, radio y tv, en la misma localidad. Y, tercero, divide los espectros analógico y digital en tres partes, de acuerdo a si los propietarios son privados, públicos o sociales. Esta ley, sin embargo, presenta algunas limitaciones. Por ejemplo, está el uso

político que se les viene dando a los medios públicos. Otra crítica se refiere al reparto de la publicidad estatal, la cual sería usada por el gobierno para beneficiar o castigar a los medios según sus líneas editoriales, y el débil funcionamiento de las licencias otorgadas a las municipalidades, universidades y comunidades.

La ley de comunicaciones de Ecuador despertó similares suspicacias que la legislación argentina. Si bien también se enfrenta al fenómeno de la concentración de medios y democratiza el uso de las frecuencias estableciendo que un 34% sean asignadas a medios comunitarios, un 33% a medios públicos y un 33% a medios privados. La norma, sin embargo, es acusada de promover la censura de los contenidos porque señala la existencia de responsabilidades ulteriores por lo que se afirma, penalizando la calumnia y porque la ley crea la figura del "linchamiento mediático". Las suspicacias sobre estos puntos continúan, a pesar de las aclaraciones hechas por el gobierno.

REGULACIÓN EN ESTADOS UNIDOS Y EUROPA

En Estados Unidos, las leyes y regulaciones sobre los medios de comunicación están destinadas a promover tres conceptos básicos: competencia, localismo, y diversidad de voces. La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) evalúa el cumplimiento de estos tres conceptos cada cuatro años. La regulación impide que

© La oposición a la Ley de Medios de Argentina la encabezó el grupo empresarial Clarín, conglomerado que se sintió amenazado porque la norma buscaba restarle poder político e influencia en la opinión pública.

Aun en sociedades donde prima el concepto de mercado, la comunicación es un derecho y la propiedad de licencias exige regulación para garantizar la diversidad de puntos de vista.



una sola empresa pueda ser propietaria de un diario y una estación de televisión o de una radio que funcione en el mismo mercado local. Un único dueño puede tener hasta dos estaciones de televisión en un solo mercado y hasta seis estaciones de radio. En tanto, un titular puede poseer un periódico y una radio o televisión, si esas estaciones no están dentro de las más vistas del mercado y si por lo menos ocho "grandes voces" permanecen activas luego de la adquisición de los mismos. Así, por ejemplo, The Washington Post Company es dueño de estaciones VHF de televisión en seis ciudades, pero no publica un diario en ninguna de aquellas ciudades.

En Europa, también existe la preocupación sobre la concentración de medios, por lo que existen normas que la regulan. En Italia, el grupo más importante, RCS MediaGroup, administra dos periódicos "Corriere della Sera" y "Gazzetta dello Sport", que representan el 19,1%; en tanto que el segundo, Gruppo Editoriale L'Espresso, que maneja el diario "La Repubblica" y otros 16 periódicos locales, alcanza el 18,6%. En España, la situación es similar. Los periódicos de circulación nacional, "El País", "El Mundo" y "ABC", alcanzan el 44%, 30% y 26% del mercado. Pero se debe destacar que en las comunidades autónomas los diarios regionales son de mayor circulación que los nacionales, lo que permite que fluya la pluralidad. En Francia, los periódicos que más se venden, "Le Monde", "Le Figaro" y "L'Equipe", representan entre el 17,3% y 19,5% de la totalidad. Y visto por grupos, Amaury, dueño de "L'Equipe" y "Aujourd'hui en France", representa el 25,2%; le sigue la corporación Socpresse, que maneja "Le Figaro" y "Paris Turf", con 23,2%; y "Le Monde", con 19,5%. Como en los otros países citados, en Francia los diarios regionales probablemente alcancen la misma o mayor importancia que los nacionales, como "Ouest France", cuyo tiraje es el doble respecto a los tres periódicos mencionados. En el Reino Unido, la compañía News Corporation, con la propiedad de los diarios "Sun" y "The Times", domina el 32,3% del mercado. Pero el segundo grupo, Trinity Mirror, que publica "Daily Mirror" y "Daily Record", se asegura del 19,5%. El "Daily Mail" se ubica en tercera posición con el 18,8%.

Respecto a la propiedad cruzada también existen serias regulaciones a favor del ciudadano. En Reino Unido cualquier actividad que implique propiedad cruzada en los medios, deberá pasar por un test de concordancia con el interés público y con el fin de asegurar el pluralismo informativo. En cada área local, deben existir tres compañías de medios separadas que presten los servicios de radio, televisión y diarios. Así, por ejemplo, ningún dueño de un diario local puede ser dueño de una estación de radio, en donde el periódico cuenta con más del 50% de la circulación en el área cubierta por dicha estación de radio.

En Francia, también existen límites establecidos. Una persona individual no puede ser dueño de más del 49% de un canal de televisión nacional o del 33% de un canal local si la audiencia media anual es superior a un 2,5% del total. Si una persona posee dos licencias, no puede ser dueña de más del 15% de la segunda licencia y si es dueño de tres, no puede ser dueña de más del 5% de la tercera licencia. En cuanto a radio, una empresa no puede controlar una o más estaciones de radio o cadenas de radio si la audiencia agregada excede los 150 millones. Además, las empresas no pueden adquirir un nuevo diario si la adquisición conllevará que su circulación diaria sobrepase más del 30%.

La regulación en Alemania permite la intervención si un conglomerado de compañías de medios (incluyéndose los diarios) acapara



© Las suspicacias sobre la Ley de medios en Ecuador continúan a pesar de las declaraciones hechas por el Gobierno.

el 30% de los espectadores proyectados en un año. Específicamente en el mercado de la televisión, se fija que acaparar el 25% de los espectadores en un año conlleva una posición dominante. Debido a



Para la UE, la concentración de la propiedad de medios favorece la monopolización del mercado de la publicidad y conduce a la uniformidad de los contenidos.

la pluralidad de regulaciones existentes en cada Estado de Alemania, la regulación común, que hemos comentado, se verá complementada según el Estado y la realidad mediática de cada uno de éstos.

Cabe señalar, por último, la resolución sobre la concentración y el pluralismo de los medios de comunicación en la Unión Europea, aprobada el 25 de septiembre de 2008. En dicha resolución se reconoce que un sistema plural de medios de comunicación es un requisito básico para la continuidad del modelo de sociedad democrático europeo. Se pone de relieve que la concentración de la propiedad de medios de comunicación crea un entorno que favorece la monopolización del mercado de la publicidad y conduce asimismo a la uniformidad de los contenidos de los medios de comunicación. Finalmente, se insta a los Estados miembros a promover un marco jurídico estable que garantice un elevado nivel de protección del pluralismo a favor de la democracia.

Aún en sociedades donde prima tanto el concepto de mercado, la comunicación es un derecho y la propiedad de licencias exige regulación para garantizar la diversidad de puntos de vista. ©

La fusión monstruosa de Comcast y Time Warner

Comcast ha anunciado su intención de fusionarse con Time Warner Cable, la unión de los más grandes proveedores de cable y banda ancha en Estados Unidos. La fusión deberá ser aprobada tanto por el Departamento de Justicia y la FCC. Dado el poder financiero y político de Comcast, la situación resulta preocupante. La opinión pública se ha mostrado siempre contraria a este tipo de fusiones, por lo que se abre una nueva lucha para preservar y ampliar la diversidad del sistema de medios de comunicación.

Contexto peruano



NI AUTOREGULADOS NI LEGISLADOS

Si la democracia en cualquier país depende de la pluralidad de expresiones y opiniones, la concentración de medios y la propiedad de cruzada atentan contra esta democracia también en el Perú. Ahora bien, teniendo este panorama: ¿cómo lo resolvemos? Aquí presentamos puntos que debieran discutirse.

ESCENARIO CONCENTRADO

El escenario concentrado en los medios es sumamente perverso pues ellos brindan un servicio público. Nosotros, como ciudadanos, tenemos el derecho a acceder a información veraz, plural y de calidad. Aun la constitución del 93, producto de una dictadura, lo señala. No hay, por tanto, ninguna justificación para lo que viene ocurriendo en nuestro escenario mediático. Como indica el especialista Jorge Acevedo, "esta reforma (de los medios) es de la misma envergadura que la de salud o educación".

Para ver el riesgo de la concentración basta un ejemplo cercano: las elecciones presidenciales en Perú en el 2011. No es un secreto que tanto el diario El Comercio, como sus otros medios (Perú21, Trome, etc.) actuaron de manera lamentable en dichos comicios. Optaron por tergiversar la información, colocar titulares no sólo exagerados sino, en ocasiones, com-

pletamente falsos con la intención de perjudicar la candidatura de Ollanta Humala a quien consideraban el candidato que menos les convenía. La toma de postura por la otra candidata (Keiko Fujimori) hizo también que omitieran la información que pudiera perjudicarla y, en el camino, despidieron a diversos periodistas tanto de los medios escritos como los televisivos del grupo ya que no se alinearon con esa línea editorial fundada en el interés de los directivos. Pero, OJO, en el 2011, El Comercio no tenía más que 49.3% de los medios de prensa escrita bajo su dominio. ¿Cómo sería ahora?

El Perú tiene una economía concentrada y carece de una legislación adecuada para prevenir este fenómeno. Hay que empezar por allí, atacando la concentración general que es el contexto en el que se desarrollan también los medios de comunicación masiva.

El diseño de una salida a la concentración de medios tiene que ver con el porcentaje del mercado en cada localidad o región que posee cada empresa para cada tipo de medio. En la legislación comparada existen casos en los que estos porcentajes se fijan de antemano y también otros en que los fija una autoridad reguladora. Debe procederse, por ello, a un debate para ver si se procede a una regulación y cuál es la preferible. Difícilmente se puede llegar a una regulación

© El Estado tiene la obligación de garantizar los derechos de sus ciudadanos y el acceso a la información es un derecho.



La propiedad cruzada es un tema igual de importante que no se menciona en el debate.

efectiva sin una ley, que recoja un consenso y sea de cumplimiento obligatorio por todos.

PROPIEDAD CRUZADA

Pero la concentración mediática no es el único problema a enfrentar. Uno igual de importante es el de la propiedad cruzada. Sin embargo, dado que el debate se ha generado en torno únicamente al que concentra medios de prensa escrita, el otro tema ha quedado olvidado.

En el Perú hay empresas que así como son propietarias de medios de prensa escrita lo son también de señales radiales y de Tv. Vale decir, no sólo son dueñas de medios en un espacio, sino en varios. A esto se le conoce como "propiedad cruzada" y en diversos países, democráticos todos, existe regulación para esta pues atenta también contra la pluralidad de información.

Para mayor alarma, cabe mencionar que las señales de televisión digital han sido ya repartidas a quienes eran dueños también de las señales analógicas. Vale decir, no se ha abierto el espacio a nuevos dueños, asociaciones, empresas, o lo que fuere; sino que se ha dado más poder mediático a los pocos dueños de siempre.

Y ni siquiera estamos contemplando aquí el tema de la televisión pública que, para algunos privados no debiera existir, ni tampoco los medios comunitarios. Es fundamental contar con una ley de medios audiovisuales que dé transparencia a la concesión y eventual retiro de las licencias analógicas y digitales y que se promueva, de igual manera, otras formas de propiedad de medios de comunicación además de la privada y la pública. Es necesario considerar también la social o comunitaria (religiosos, culturales, de política, sindicales, etc.) pues sólo así contaremos con una pluralidad informativa acorde con el sentir ciudadano.

EL MITO DE LA AUTOREGULACIÓN

La polémica en torno a la concentración ha dado lugar a dos posturas. De un lado se encuentran aquellos que señalan que para evitarla debe elaborarse una ley de medios que contemple además otros temas como la "propiedad cruzada", ya que, por ejemplo, el mismo grupo El Comercio posee medios televisivos y radiales además de diarios. De otro lado, se encuentran quienes siguen apostando por la autoregulación y señalan que no debería haber una ley para medios porque el Congreso actual no tiene la legitimidad para elaborarla y porque no la consideran la vía indicada.

A la fecha, se encuentra en proceso una demanda de amparo firmada por ocho periodistas reconocidos en el Perú que solicitan al Poder Judicial que anule la compra del grupo El Comercio a Epsa pues constituye una infracción constitucional. Este proceso sigue su vía judicial pero ello no exime el debate. Aún si el Poder Judicial resolviera en beneficio de los demandantes, nada garantiza que el grupo El Comercio pudiera nuevamente, luego, hacerse de otra compra que los constituya como el oligopolio mediático.

El Estado peruano tiene la obligación de garantizar los derechos a sus ciudadanos, en esa línea, como ciudadanía nos corresponde exigir nuestro derecho a la comunicación e información. Para ello, defender la pluralidad es básico. La autoregulación es, basada en precedentes, un mito y así como algunos coinciden en señalar que el actual Congreso no tiene legitimidad para elaborar una ley de este tipo, podríamos señalar que los directores, editores y dueños de ciertos medios, dado sus precedentes, no tienen legitimidad para merecer autoregularse ni garantizan brindarnos información válida.

No olvidemos que lo que se está vulnerando es un derecho ciudadano y, al Congreso, guste o no, le compete legislar. ☺



Audiencias públicas

El pasado 17 de febrero se dio inicio a la primera audiencia pública convocada por la bancada Frente Amplio – Acción Popular (FA-AP). El Congresista Manuel Dammert, quien ha sido el vocero de la iniciativa, dio inauguración al evento en el cual expusieron Rosa María Alfaro (Calandria), Rodolfo Aquino (CNR), Glatzer Tuesta (Ideele), Zuliana Lainez (ANP) y Ricardo Uceda (IPYS). Las exposiciones abordaron el riesgo que significa la compra de Epsa por el grupo EC pero además la importancia de llevar este debate a la agenda pública tanto en regiones como en Lima. Como señaló Lainez, hay corresponsables de provincia que ahora se ven obligados, por el mismo sueldo, a redactar notas para los siete medios del grupo.

La audiencia terminó de manera abrupta cuando un grupo de personas, organizadas bajo la consigna de boicotear la reunión, exigieron participar con sus preguntas cuando había sido anunciado desde el inicio que estas serían realizadas por escrito. Los expositores tuvieron que cerrar así el evento. Se espera que en las tres próximas sesiones no sigan ocurriendo estos hechos innecesarios y que perjudican la discusión sobre un tema fundamental para todos.

Agenda de audiencias públicas

Segunda audiencia
24 de marzo "Legislación comparada"

Tercera audiencia
28 de abril "Medios, opinión pública y democracia"

Cuarta audiencia
26 de mayo "Conclusiones y propuestas"

Todas se realizan en el Congreso de la República y son abiertas al público.

Además se realizarán sesiones descentralizadas en Trujillo y Arequipa con la Coordinadora Nacional de Radios.

Por una democracia de medios



En **Otra Mirada** contribuimos con el debate con los siguientes puntos:

1 Aprobación de una ley antimonopolios tal como lo propone el Proyecto de Ley N° 972/2011-CR, Ley de promoción de la libre competencia y la eficiencia en los mercados para la protección de los consumidores, presentado por el congresista Jaime Delgado en abril de 2012.

2 Elaboración de una ley de medios que incluya en su marco legal normas sobre protección de la competencia para evitar monopolios y oligopolios en el campo de las comunicaciones. Esto atacaría directamente el tema de la concentración del poder y el abuso de la posición de dominio.

3 Que esta ley releve el tema de la "propiedad cruzada", un problema al cual no sólo no le hacemos frente, sino que ha quedado particularmente excluido del actual debate. En diversos países democráticos se regula la propiedad cruzada para que diversos medios de comunicación en distintos espacios no se encuentren bajo un mismo dueño.

4 Que promueva la radio y televisión públicas, dirigidas por un consejo autónomo del gobierno de turno.

5 Que contemple también las nuevas tecnologías: internet, televisión digital, etc. A la fecha, las señales de televisión digital han sido repartidas entre los dueños de señales analógicas con lo cual vuelve a beneficiarse a los pocos dueños de siempre y no se promueven nuevas participaciones en los medios de comunicación.

6 Que establezca el papel de los gobiernos regionales y locales como promotores y reguladores de la pluralidad informativa en sus espacios territoriales.

7 Que enfatice la promoción de medios comunitarios que expresen desde sus espacios las perspectivas de las organizaciones de la sociedad civil. Vale decir, que amplíe el horizonte de la propiedad y no se ciña únicamente a la propiedad privada y pública, sino también a la propiedad social.

Todo lo anterior no excluye el camino independiente que debe seguir el curso de la denuncia interpuesta por 8 periodistas peruanos al grupo El Comercio por la compra de Epena. Lo que se busca con esta Ley es sumar y atacar el problema de fondo con medidas amplias.

LEA Y COMENTE EN:
www.otramirada.pe

<http://facebook.com/Otramirada.Peru>



@otramiradaperu

