

**Libertad de expresión y empresa.  
La concentración en debate\***

---

*Jorge Acevedo R.*

---



LA ADQUISICIÓN POR PARTE DEL GRUPO EL COMERCIO del 54% de las acciones del Grupo Epena<sup>1</sup>, concretada en agosto del 2013, y la consiguiente configuración de un cuasi monopolio en el mercado de la prensa de circulación nacional, han logrado algo que es muy difícil de hacer en el Perú: situar en el debate público el asunto de la estructura de propiedad de los medios de comunicación y sus implicancias para la pluralidad de voces en el espacio público y la democracia.

Y es que hay ciertos temas que en el Perú prácticamente no se discuten, como el de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación, ya que se asume que el *establishment* mediático es una especie de hecho natural, algo que siempre fue así y que no se podrá (ni se debería) cambiar. Pensar que los medios de comunicación y los periodistas son los principales titulares del derecho a la libertad de expresión es casi un sentido común, en buena medida debido a la eficaz acción de los propios grupos y conglomerados mediáticos empeñados en que no cambien

---

\* El artículo recoge los resultados en avance de una investigación de tesis que el autor desarrolla sobre el tema de las políticas de comunicación y sus implicancias para la democracia en el Perú.

<sup>1</sup> Es importante recordar que previamente a la operación de compra efectuada por el Grupo El Comercio, era el Grupo La República el que venía negociando la adquisición.

las reglas de juego que han facilitado su crecimiento y nivel de influencia en la política y en el ámbito de la opinión pública.

### Tres discursos sobre la concentración

En el marco del debate desencadenado por la concentración de medios es posible identificar al menos tres discursos con diferencias sustantivas en aspectos clave de la discusión: acerca de las concepciones sobre la libertad de expresión, respecto al carácter de las políticas y la regulación orientadas a garantizar este importante derecho humano, y sobre el rol de la ciudadanía en este campo. Pero también es notoria la asimetría en términos de las capacidades de los actores para producir y socializar sus discursos, y silenciar otros, a través de poderosos medios y canales de distribución de contenidos.

El primer discurso, sostenido por el Grupo El Comercio, por diversos constitucionalistas, periodistas y reproducido a la vez por algunos líderes políticos<sup>2</sup>, afirma que la libertad de expresión no está en riesgo en el Perú a pesar del hecho de que 8 de cada 10 ejemplares de periódicos que circulan diariamente estén vinculados a la familia Miró Quesada<sup>3</sup>. Por el contrario, la operación de compra habría permitido fortalecer económicamente al grupo y garantizar,

---

<sup>2</sup> Incluidos, por ejemplo, el oficialista presidente del Congreso de la República, Fredy Otárola, quien frente a la pregunta: «¿Y cree que hay una concentración de medios?», ha declarado que: «... el único ente que puede controlar los abusos de la prensa son los propios medios» y que «el tema está en el Poder Judicial...». Ver: Balbi, Mariela. «Solo los propios medios pueden controlar abusos de la prensa». *El Comercio*, Lima, 11 de mayo del 2014. En: [goo.gl/PyNm6X](http://goo.gl/PyNm6X)

Así mismo, pareciera que el propio presidente del Poder Judicial, Enrique Mendoza, se ha sumado a los argumentos de *El Comercio* al señalar a través de un comunicado que el caso de la demanda presentada por un grupo de periodistas tiene que resolverse en el ámbito nacional, sin «interferencias internacionales», en alusión a una posible participación de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en el caso, emitiendo opinión o como instancia supranacional una vez agotada la vía nacional.

<sup>3</sup> Propietaria del Grupo El Comercio.

por la vía de la solidez económica de los medios de comunicación, la libertad de expresión y la pluralidad de voces frente a las presiones que podrían provenir de los gobiernos de turno.

Para esta visión, la titularidad del derecho a la libertad de expresión recae –en la práctica– en las personas y grupos sociales que tienen la capacidad económica y tecnológica para ejercerla. Para la gran mayoría de peruanas y peruanos, en particular para los sectores más pobres y excluidos, la libertad de expresión en el ámbito de la comunicación socializada se convertiría –por tanto– en una «ficción», en el mejor de los casos en una posibilidad deseable pero a la vez remota.

Desde este particular razonamiento, el pluralismo en los medios estaría sustentado en tres pilares fundamentales. El primero, el derecho a la libertad de información y opinión vinculado a manera de simbiosis a la (ilimitada) libertad empresarial; el segundo, la voluntad de apertura y la autorregulación de cada grupo mediático para posibilitar una amplia gama de opiniones sobre la vida política y social del país; y, el tercero, en la existencia de una oferta numerosa de diarios (60 aproximadamente) y revistas (alrededor de 200) en el país, y en la capacidad que tiene cada ciudadano de elegir libremente entre la oferta que el mercado le presenta<sup>4</sup>. Además, el desarrollo de las tecnologías de información y comunicación habría contribuido a democratizar la capacidad de producir y distribuir contenidos a través de páginas web, *blogs* y redes sociales.

Así, quienes cuestionan la compra lo harían por ser «malos perdedores» (Grupo La República), por «envidia» y afán de «castigo» al éxito empresarial, o porque en el fondo intentan configurar un «modelo chavista» basado en el control gubernamental de los medios.

---

<sup>4</sup> Estos y otros argumentos han sido expuestos en editoriales, artículos de opinión, entrevistas y también en un suplemento especial publicado por el Grupo El Comercio titulado «Tu Derecho a Elegir», de marzo del 2014. Ver en: [goo.gl/XHJEDY](http://goo.gl/XHJEDY)

Para el Grupo El Comercio no hay nada que discutir. En el peor de los casos el problema es un asunto de agentes privados que tendrá que ser resuelto en el ámbito de la justicia peruana en favor de su posición, dado que la categoría «concentración» no figura en la Constitución. Así mismo, de ningún modo el tema tendría que ser «politizado» y por ende discutido en el Congreso de la República, cuya capacidad para legislar es puesta permanentemente en cuestión. En suma, este sector mediático y político le exige al Congreso que abdique de sus funciones, para lo cual cuenta con la anuencia de la gran mayoría de congresistas, incluidos los oficialistas.

Es este primer discurso el que tiene los más poderosos canales y espacios de reproducción en el espacio público y político: los diarios, las revistas, los portales web y los canales de televisión bajo el control del Grupo El Comercio. También las principales cadenas de televisión y de radio, además de otros medios de comunicación, se han sumado al coro. Este es el discurso de los más poderosos, en cuyos medios el tema fue silenciado durante varias semanas, y cuando fue abordado ha predominado una sola visión sobre el problema, incluso apelando a la distorsión de la información, como cuando se afirmó que en la primera audiencia pública convocada por el congresista Manuel Dammert (Acción Popular - Frente Amplio) uno de los temas centrales planteados por los expositores fue la regulación de contenidos<sup>5</sup>, o cuando se dice que toda norma que limita la concentración es antidemocrática, intervencionista y chavista<sup>6</sup>.

---

<sup>5</sup> «Plantean regular los contenidos en medios de comunicación». *El Comercio*, Lima, 18 de febrero del 2014. Ver en: [goo.gl/yYuHzY](http://goo.gl/yYuHzY) Esta publicación mereció una carta del congresista Dammert exigiendo la rectificación del caso. Ver la carta en: [goo.gl/JZPnWu](http://goo.gl/JZPnWu)

<sup>6</sup> Con este particular criterio no habría democracia en Alemania, Francia, en el Reino Unido, en los Estados Unidos, ni en otros países que más bien se caracterizan por haber consolidado regímenes políticos de carácter democrático.

El segundo discurso tiene como fuente principal al Grupo La República, a un grupo de periodistas que presentaron una acción de amparo ante el Poder Judicial y a algunas personalidades, como el escritor Mario Vargas Llosa. Incluso, pareciera que el propio presidente Ollanta Humala está cerca de esta visión pues criticó al menos en dos oportunidades los niveles de concentración en la prensa<sup>7</sup>, aunque sin voluntad y fuerza política para impulsar una propuesta de ley sobre el tema en el ámbito de su propio partido.

Para este sector, los niveles de concentración mediática no eran un problema hasta que se produjo la operación de compra de las acciones del Grupo Epena. Solo entonces la concentración aparece en la agenda como una seria barrera que amenaza la libertad de expresión y la libertad de empresa.

Se sostiene que la Constitución prohíbe el monopolio y el acaparamiento en el campo de los medios de comunicación, y aunque no exista una norma que especifique qué porcentaje de predominio en un determinado mercado mediático puede configurar un monopolio o qué prácticas podrían generar una situación de acaparamiento, el caso del Grupo El Comercio atentaría contra el principio constitucional en la medida en que la actividad periodística no es una actividad empresarial cualquiera, pues se trata de una institución clave para la democracia y el pluralismo.

Para el segundo discurso, la concentración solo afectaría a la prensa escrita. Así mismo, no parecía importar que hasta antes de la operación de compra el Grupo El Comercio tuviese cerca del 50% de participación en el mercado de diarios. Tampoco importaba

---

<sup>7</sup> Ollanta Humala cuestionó la concentración durante una entrevista televisiva a fines del año 2013 y recientemente en la Feria del Libro de Bogotá, en mayo del 2014, cuando ante la pregunta de la directora periodística de América Televisión y de Canal N (ambos controlados por el Grupo El Comercio) respecto a qué libro estaba leyendo, este respondió: «Estoy en contra de la concentración de medios...». Ver: «Ollanta Humala y su insólita respuesta a la pregunta sobre qué libro lee». *Perú21*, Lima, 5 de mayo del 2014. En: [goo.gl/pWth9b](http://goo.gl/pWth9b)

el alto nivel de concentración en la radio y en la televisión, ni la ausencia de límites en lo que se refiere a la propiedad cruzada o concurrente de medios de comunicación, cuestión que ha facilitado que el Grupo El Comercio controle, por la vía de su mayoritaria participación, Plural TV, América Televisión (canal 4) y Canal N.

Para este discurso, a diferencia del primero, el asunto es más que una discusión entre grupos empresariales pues afecta la libertad de expresión y la libertad de empresa, pero única y exclusivamente en el ámbito de la prensa. Además, se opone u observa con mucha desconfianza el debate y la posible aprobación de una ley de medios de comunicación que regule los límites a la concentración y a la propiedad cruzada. También cuestiona la capacidad del Congreso para discutir dicha ley, la que considera no «deseable» en aras de mantener la «salud democrática» del país.

Si bien el segundo discurso tiene menor capacidad de reproducción que el primero en el ámbito mediático, ha logrado situar en el espacio público los principales argumentos que sustentan su posición. Además del diario *La República*, han expresado posiciones editoriales críticas a la concentración el diario *La Primera*, *IDL Reporteros*, el semanario *Hildebrandt en sus Trece*, el portal *La Mula* y en parte la revista *Caretas*. Este sector ha sido, en el tratamiento mediático del tema, más abierto que el primero en términos de informar sobre las distintas posiciones en el marco de la discusión y en abrir espacios para opiniones críticas diversas.

El tercer discurso –el menos visible y poderoso de los tres– reconoce que la concentración en la prensa representa una barrera significativa para la libertad de expresión y afecta a la democracia en la medida en que limita la pluralidad de fuentes de información y opiniones en el espacio público.

Esta posición asume, a partir de los principios orientadores, las prácticas y reflexiones de las organizaciones que lo promueven, y en concordancia con los estándares de libertad de expresión de la



Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH)<sup>8</sup>, que la libertad de expresión y el derecho a la comunicación implican la existencia de capacidades y oportunidades (reales) para que los ciudadanos y ciudadanas puedan expresar información y opiniones a través de los diversos medios de comunicación, y puedan acceder también a diversas fuentes de información y opinión. La titularidad de la libertad de expresión recae en los y las ciudadanas, siendo un derecho constitutivo que permite expresar identidad, valores, problemáticas, alternativas de solución, conocimientos y visiones del mundo, a la vez que es un medio o instrumento, pues su ejercicio posibilita fortalecer y ampliar otros derechos: salud, educación, unión civil, consulta previa, entre otros.

Este discurso, impulsado por organizaciones y redes de la sociedad civil, propone también otros problemas relacionados con la libertad de expresión y el derecho a la comunicación: la alta concentración en la radio y la televisión (digital), la ausencia de límites en cuanto a la propiedad cruzada o concurrente de medios de comunicación, el gran nivel de discrecionalidad en la administración de frecuencias de radio y televisión –por décadas a cargo del Ministerio de Transportes y Comunicaciones–, la tradicional instrumentalización de los medios estatales por parte de los gobiernos de turno, el manejo discrecional de la inversión publicitaria del Estado, el centralismo del sistema de medios, entre otros factores que limitan el derecho a la libertad de expresión y, consiguientemente, la diversidad de voces en el espacio público y en la vida política del país.

En teoría todos los ciudadanos son iguales ante la ley, todos tienen los mismos derechos y libertades, incluido el derecho a la libertad de expresión, pero no todos tienen las condiciones materiales y las oportunidades para ejercerlas. En este sentido, la

---

<sup>8</sup> Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la CIDH. *Marco Jurídico Interamericano sobre el derecho a la Libertad de Expresión*. Washington D.C.: Organización de los Estados Americanos (OEA), 2009. Ver en: [goo.gl/2yp8r5](http://goo.gl/2yp8r5)

eliminación de la censura previa –salvo algunas excepciones como el horario de protección al menor en la televisión– no basta para garantizar la libertad de expresión. Para ello se requiere poner en debate y definir un conjunto de principios y reglas de juego que hagan posible que el Estado ofrezca las garantías y condiciones para que este derecho consustancial a la democracia pueda ser ejercido por diversos sectores de la sociedad hoy en día excluidos de esa posibilidad.

Dicho discurso está siendo construido y reproducido por un conjunto de organizaciones que han creado recientemente el Foro El Derecho a la Comunicación, un colectivo de la sociedad civil conformado por la Coordinadora Nacional de Radio (CNR), la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC - ALC), la Red TV, WACC América Latina, Servicios de Comunicación Intercultural (SERVINDI), Artesanos de la Comunicación, la Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP), entre otras organizaciones reunidas a partir de una iniciativa de debate académico propuesta por la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), a la que se ha sumado también la Escuela de Periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya<sup>9</sup>.

Esta postura desarrolla un discurso con muy poca presencia en el ámbito de la comunicación socializada, intencionalmente ocultado en muchos casos en la medida en que cuestiona las concepciones de libertad de expresión de los otros dos discursos, especialmente del primero, proponiendo un debate amplio y plural en el que los conglomerados y grupos mediáticos no sean los únicos oradores.

---

<sup>9</sup> Es importante señalar, también, que el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV) está contribuyendo a abrir un debate amplio sobre el asunto de la concentración a partir de investigaciones y la organización de espacios de reflexión sobre el rol de los medios en la política y la cultura.

Este es, además, un discurso nada atractivo para la gran mayoría de políticos, en la medida en que la debilidad de los partidos en el Perú y las transformaciones que en general ha experimentado la política en el mundo hacen que las posibilidades de presencia y éxito de candidatos en el marco de procesos electorales –y de las propias autoridades en ejercicio– dependa de manera significativa del tratamiento de los medios de comunicación.

Finalmente, este tercer discurso confronta el desafío de interpelar el sentido común de la mayoría de peruanas y peruanos que ignora o no está informada en detalle sobre la estructura de propiedad de los medios de comunicación y que no necesariamente se asume como titular del derecho a la libertad de expresión, como sí ocurre, por ejemplo, con el derecho a la salud o a la educación.

### **El carácter de la concentración en el Perú y sus implicancias para la democracia**

Diversas investigaciones realizadas desde finales de la década de 1960, principalmente en los Estados Unidos y Europa, han permitido constatar dos grandes efectos de carácter sociopolítico de los medios de comunicación: la fijación de la agenda pública o el traslado de determinados temas desde los medios al ámbito de las preocupaciones ciudadanas y de la política; y la construcción de encuadres (esquemas de interpretación y acción) sobre personajes, instituciones y acontecimientos políticos<sup>10</sup>. En ambos casos la influencia de los medios es, a su vez, mediada por otros espacios y agentes de socialización como la familia, los espacios

---

<sup>10</sup> Al respecto puede verse, entre otros trabajos: McCombs, Maxwell. «The Agenda-Setting Function of the Press». En: Geneva Overholser y Kathleen Hall, eds. *The Press. institutions of democracy*. New York: Oxford University Press, 2005. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós, 2006; «The Agenda-Setting Theory». En: *Cuadernos de Información*, n.º 20. Santiago de Chile: Universidad Católica de Chile, 2007, pp. 44 - 50; McNair, Brian. *An introduction to political communication*. New York: Routledge, 2011.

educativos, los grupos de pares, las organizaciones sociales, religiosas y políticas en general. Así tenemos que, aunque no son determinantes, los medios influyen en la medida en que ocupan un espacio que décadas atrás era casi exclusivo de los partidos, constituyéndose en la principal arena de la política<sup>11</sup>.

Así, la concentración o el predominio en el espacio mediático de un conjunto reducido de grupos y conglomerados empresariales –convertidos en *gatekeepers* del moderno espacio público– acota severamente las posibilidades de un debate abierto y plural en la principal arena de la democracia de nuestro tiempo<sup>12</sup>. La expansión de los grandes conglomerados mediáticos de alcance global como News Corporation, Sony y Time Warner Inc., entre otros, se ha desarrollado incluyendo múltiples plataformas y redes de Internet en un esquema de convergencia tecnológica. Este patrón mundial relativiza el ideal de Internet como la esfera pública democrática por excelencia.

Los niveles de concentración mediática configurados en el Perú son altos a nivel de América Latina, tal como lo han mostrado los trabajos de Guillermo Mastrini y Martín Becerra<sup>13</sup>, quienes utilizan el CR4 (participación de las cuatro primeras compañías en un determinado mercado) para identificar el nivel de concentración a partir de los montos de facturación y de audiencias promedio de los principales grupos operadores. En el caso de la prensa, el nivel de concentración en el Perú supera incluso al configurado

---

<sup>11</sup> Pueden verse los trabajos de: Manin, Bernard. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza Editorial, 1998; Washbourne, Nei. *Mediating Politics. Newspapers, Radio, Television and the Internet*. New York: Open University Press, 2010; Wolton, Dominique. «La comunicación política: construcción de un modelo». En: Jean-Marc Ferry et. Al, eds. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 1998.

<sup>12</sup> Castells, Manuel. *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2009.

<sup>13</sup> Pueden verse, entre otros trabajos de ambos autores: *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) - Prometeo Libros, 2006; *Los dueños de la palabra. Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del siglo XXI*. Buenos Aires: Editorial Prometeo - IPYS, 2009.

por el magnate Rupert Murdoch en su natal Australia, país en el cual los tres primeros grupos propietarios de periódicos alcanzan una participación de 98% del mercado<sup>14</sup>.

En la radio tienen predominio cuatro grupos, tres de los cuales han extendido sus ramificaciones hacia otros medios de comunicación en los últimos años. Se trata de la Corporación Radial del Perú (CRP), fundada por Abraham Zavala; el Grupo RPP, liderado durante décadas por Manuel Delgado Parker y en los últimos años por su hijo, Hugo Delgado Nachtigall; Corporación Universal, del empresario lambayecano Higinio Capuñay; y el Grupo Panamericana de Radios (GPR). El Grupo RPP tiene dos de las tres emisoras informativas con mayor sintonía a nivel nacional (*Radioprogramas* y *Radio Capital*), además de un canal de noticias en cable; Corporación Universal es propietaria de la emisora informativa *Radio Exitosa*, lanzando hace algunos meses un tabloide del mismo nombre y recientemente el diario *Karibeña*; y Corporación Radial del Perú es copropietaria de la revista *Semana Económica*<sup>15</sup>.

En el campo de la televisión tienen predominio el Grupo ATV (*ATV, Global TV, ATV+, LaTele* y *ATVsur*), vinculado al *broadcaster* mexicano Ángel González, propietario de cadenas de televisión y de radio en diferentes países de América Latina; América Televisión, bajo el control del Grupo El Comercio; Frecuencia Latina, controlada desde mediados del 2012 por Enfoca, Sociedad Administradora de Fondos de Inversión S.A; y, Panamericana Televisión, controlada por Ernesto Schutz Freundt, hijo del prófugo de la justicia Ernesto Schutz Landázuri. Cabe señalar que los grupos de televisión fueron beneficiados durante el segundo gobierno

---

<sup>14</sup> En el Perú un solo operador (El Grupo El Comercio) alcanza el 80% de participación en el mercado. Véase: Harding-Smith, Rob. *Media Ownership and Regulation in Australia*. Sidney: Centre for policy development issue brief, 2011. En: [goo.gl/ER2h4E](http://goo.gl/ER2h4E)

<sup>15</sup> Publicación especializada en economía y negocios que circula en versiones impresa, digital y radiofónica.

aprista con la adjudicación –sin mediar licitación alguna– de canales digitales de gestión exclusiva<sup>16</sup>, además de la posibilidad de transmitir simultáneamente en señal analógica.

Este nivel de concentración, en el que los cuatro primeros operadores de la televisión y la radio controlan más del 80% de sus respectivos mercados de audiencia y facturación publicitaria, es posible por cuatro razones. La primera tiene que ver con la debilidad de los partidos políticos y del Estado en general para organizar o cambiar, por la vía democrática, las reglas de juego de un sector sumamente sensible para la vida democrática del país. La segunda está vinculada al enorme poder político que han construido los principales grupos operadores de medios a lo largo de varias décadas, en el marco de un modelo que privilegia la actuación empresarial por encima del interés público. La tercera razón tiene que ver con las relaciones de carácter clientelar que han construido las autoridades y funcionarios públicos con los operadores de los principales grupos mediáticos nacionales. Estos vínculos están basados en el intercambio de favores y beneficios, lo que implica la ausencia de límites a la concentración, publicidad estatal a raudales, etc., así como beneficios relacionados con la acumulación de frecuencias de radio y televisión y exoneraciones tributarias para los operadores. De igual modo, para los políticos son muy valiosos los espacios y el tipo de tratamiento que puedan recibir por parte de los medios de comunicación. Y, por último, está el sentido común bastante extendido que entiende que el derecho a la libertad de expresión es un asunto de la prensa, la radio y la televisión, mas no de la ciudadanía; y que las principales amenazas a la libertad de expresión siempre provendrán de los gobiernos y no desde los propios operadores del sistema. Un modelo así, con raíces muy profundas, es sumamente difícil de cambiar.

---

<sup>16</sup> Un canal digital de gestión exclusiva le da a cada operador la posibilidad de emitir una señal de alta definición y unas tres señales adicionales en señal estándar.

## **¿Hay alternativas posibles?**

A partir de reconocer la complejidad del tema y las escasas posibilidades de que se produzcan cambios en el corto plazo, es posible plantear algunas rutas de acción orientadas a ampliar y profundizar el debate.

En primer lugar, promover la articulación de diversos grupos y redes de la sociedad civil, algunas de ellas vinculadas a medios educativos y comunitarios, locales y regionales, afectados de diversas maneras por el nivel de concentración mediática existente en el país, o interesados en aportar al debate y a la construcción de propuestas desde una perspectiva académica de investigación y reflexión.

Al respecto, son interesantes las experiencias de colectivos o coaliciones sociales por la democratización de las comunicaciones generadas en Argentina y Uruguay, en la medida en que han impulsado la discusión pública sobre el tema y han logrado influir en la esfera de la política.

En Argentina, por ejemplo, se conformó, en el año 2004, la Coalición por una Radiodifusión Democrática, integrada por redes de medios comunitarios, universidades, sindicatos de periodistas y trabajadores del sector comunicaciones, las Madres de Plaza de Mayo, entre otras organizaciones de la sociedad civil. La Coalición discutió y acordó, en el marco de un intenso proceso de debate a nivel nacional, un conjunto de propuestas orientadas a influir en la elaboración de una nueva ley de medios de comunicación, resumidas en los denominados 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación, reemplazando así la ley vigente desde la dictadura militar. Las propuestas fueron incorporadas en la agenda gubernamental por la presidenta argentina Cristina Fernández, en el contexto de una confrontación entre su gobierno y grupos de poder económico (entre los que se encontraba el Grupo Clarín<sup>17</sup>),

---

<sup>17</sup> El conglomerado mediático más grande de Argentina. Ver: [goo.gl/9AO1lt](http://goo.gl/9AO1lt)

siendo la base de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual aprobada en octubre del 2009 tras de una significativa movilización social liderada por la Coalición<sup>18</sup>.

Inspirada en la experiencia argentina, en Uruguay se constituyó en el año 2010 la Coalición por una Comunicación Democrática, conformada por diversas organizaciones de la sociedad civil, con el objetivo de promover el debate y la aprobación de una ley que garantice el pluralismo y la diversidad en el ámbito de las comunicaciones. Los aportes de la Coalición han sido recogidos por el parlamento uruguayo en el marco de la discusión de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, aprobada a fines del 2013 por la Cámara de Representantes en virtud al decidido apoyo del Frente Amplio<sup>19</sup>.

En segundo lugar, es clave el conocimiento y el análisis de políticas y marcos normativos de países que han logrado consolidar modelos de regulación democrática de medios de comunicación, como son los casos de Alemania o Francia, en donde existen límites a la concentración mediática dado que se asume que la pluralidad en el ámbito de la información y opinión es una condición clave para la democracia, un valor que se ubica por encima de las libertades empresariales.

Es común que en el debate doméstico sobre la concentración se repita la frase «no hay mejor ley que la que no existe», para tratar de deslegitimar cualquier alternativa de debate de una ley de medios, o se tilde de «chavistas» o «velasquistas» a quienes promueven ideas e iniciativas que pueden afectar los intereses de los grandes grupos mediáticos. Si bien la idea no es copiar políticas y leyes de otros países, la experiencia internacional puede enriquecer y a la vez animar la discusión interna.

---

<sup>18</sup> Sobre el proceso de construcción e incidencia gestado por la coalición puede verse: [goo.gl/FRzhx9](http://goo.gl/FRzhx9)

<sup>19</sup> Está aún pendiente la aprobación en la Cámara de Senadores.



Por último, y quizá el desafío mayor, ubicado en el nivel discursivo, está la necesidad de resignificar el concepto del derecho a la libertad de expresión como un derecho esencialmente ciudadano, de doble vía (capacidad para producir contenidos y acceder a información y a opiniones diversas), objetivo en sí mismo y medio para fortalecer y ampliar otros derechos.

Así tenemos que hoy en día es fundamental desarrollar una agenda y un discurso construidos participativamente en el marco de debates amplios y descentralizados, enriquecidos por la investigación y reflexión académicas, sobre los efectos de la concentración de medios en el plano político y socioeconómico, socializados a través de diversos géneros, medios y canales de comunicación. Se necesita de una fuerza argumentativa capaz de interpelar a las personas –de provocar su movilización– y de situar el tema en la agenda de los políticos y autoridades bajo encuadres que problematicen el *statu quo* mediático, la estructura de propiedad de la prensa, la radio y la televisión, y sus diversas formas de convergencia, que además genere preguntas respecto a los intereses económicos y políticos que los conglomerados y grupos mediáticos promueven en el espacio público.