



## **Cómo Defender y Promover al Periodismo Profesional frente al Marco Regulatorio y sus Reformas**

### **I. Visión general**

El **Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)** analiza el marco regulatorio vigente y sus reformas desde la perspectiva de la defensa y promoción del trabajo periodístico profesional.

La organización considera que el periodismo profesional se beneficiará cuando los marcos regulatorios pertinentes, tengan en cuenta los siguientes **tres ejes**:

**(1) Promover al periodismo de calidad como un servicio esencial de la democracia con sentido federal.**

**(2) Promover la mayor prosperidad y desarrollo posible de organizaciones periodísticas sociales, empresarias y estatales.**

**(3) Promover un plan federal de acceso a la conectividad de calidad. Para lograr este objetivo se requieren inversiones millonarias y eficaces, que el marco regulatorio debe incentivar en un esfuerzo compartido y equilibrado entre los sectores privado, social-comunitario y personas jurídicas sin fines de lucro, y el sector público. Esta es una condición clave para el desarrollo periodístico.**

### **II. Elementos que tiene que tener el marco regulatorio**

#### **1) Contenidos periodísticos locales**

(a) Cada concurso de licencia de operación de TV por Cable debería incluir como un ítem obligatorio la operación de una canal informativo y de contenidos de No Ficción en la cabecera operativa.

(b) Todos los prestadores de licencias de TV por Cable deberían estar obligados a brindar en sus grillas las señales de TV abierta, TV pública nacional y locales, TV universitarias públicas locales y TV de

Pueblos Originarios y comunitarias, incluidas las cooperativas y mutuales, de cada ciudad donde operen.

(c) Los estímulos podrían darse como desgravación impositiva -reducción de IVA y/o canon específico- para aquellas empresas de telecomunicaciones/TV por cable que demuestren estar incluyendo en su oferta mediática -señal o señales de TV, emisoras de radio o plataformas digitales- determinada cantidad de tiempo y/o espacio dedicado a los contenidos periodísticos, con preferencia por la información local (originada o con afectación de la población residente en la zona comprendida hasta no más de 200 km de la ciudad para la que haya sido concedida la licencia/autorización/permiso de operación).

(d) La mayor oferta periodística a estimular con desgravaciones debe ser medible no sólo en cantidad de tiempo/espacio destinado a las noticias y/o información sino también en la cantidad de periodistas profesionales contratados y en la inversión que la empresa haga en su formación específica.

(e) Un porcentaje obligatorio de producción local de información y No Ficción, que podría ser el equivalente a más de la mitad del total de los contenidos brindados por cada señal de radiodifusión, TV Abierta, Canal propio de TV por Cable y Canal propio de TV Satelital.

(f) El marco regulatorio debe ayudar a desarrollar la aparición de nuevos medios que surgieron desde ONG, escuelas, universidades, pueblos originarios, y otras instituciones, a partir de la ley de servicios de comunicación audiovisual.

(g) Los medios públicos (TV Pública, Radio Nacional y su cadena de emisoras, Paka Paka, Encuentro y DeporTV) deberían tener obligaciones adicionales de producción de contenidos locales. Esas obligaciones deberían ser explícitas en la redacción de la norma. Los medios universitarios y de pueblos originarios deberían tener fuentes de financiamiento específicas con exigencias de contenidos periodístico/documental.

(h) No debería establecerse límites a la cantidad de señales locales, especialmente en el interior del país.

(i) Los medios públicos deben ser los incentivadores principales de la federalización de los contenidos periodísticos.

(j) Que todo medio de prensa radial o televisiva que transmita en cadena, o que sea retransmitido a lo largo del país tenga la obligación de emitir un porcentaje de programación generada en forma federal, en horarios no marginales y por un tiempo relevante de la programación diaria, así como a contar con corresponsalías.

(k) Interconexión interprovincial, donde, por ejemplo, en Córdoba se puedan ver los canales de Mendoza, Santa Fe o Entre Ríos, y que a su vez en las grillas de CABA sea obligatoria la incorporación de señales de las provincias, ya que en todas las provincias se ven los canales emitidos desde CABA.

(l) Fomentar que las ciudades fronterizas puedan contar con los canales de aire de los países vecinos. Por ejemplo, un televidente entrerriano debe poder ver los canales de aire de la República Oriental del Uruguay, así como un formoseño los de Paraguay, un misionero los de Brasil, o un

mendocino los de Chile. En la actualidad, por ejemplo, un entrerriano puede ver muchos canales de Estados Unidos y Europa pero ninguno uruguayo.

(m) Obligatoriedad de que los noticieros de emisión nacional tengan corresponsalías y cuota de programación federal.

(n) Fomentar que los canales locales se puedan ver en las diferentes ciudades del territorio provincial a través de los operadores de cable y satelital (incluyendo TDA).

(o) Fomentar que en la grilla de canales de televisión los operadores de cable/satelital/tda se incluyan canales de América Latina.

## **2) Redacciones locales de calidad:**

(a) Promover la creación de noticieros y programas periodísticos propios, solventados con recursos genuinos del licenciatario (o tercerizados localmente a productoras debidamente registradas) y con la participación de periodistas en su producción, realización y conducción, contratados de acuerdo a las normas laborales y con un régimen de trabajo acorde a lo que fija el Estatuto del Periodista (Ley 12.908), y particularmente, teniendo presente también lo dispuesto por los Pactos Internacionales en la temática con jerarquía constitucional.<sup>1</sup>

(b) *Redacciones locales.* Estimular a las empresas proveedoras de conectividad y/o TV paga a invertir en redacciones locales que produzcan oferta periodística televisiva o digital, especialmente en las zonas donde el mercado publicitario no existe o no es suficiente para sostener los medios de comunicación.

(c) *Código de ética.* Fomentar la adhesión a un código de ética existente, o la creación de uno propio a aquellos operadores que van a contar con redacciones. En el caso de las emisoras universitarias, el código de ética debe ser creado o adaptado en la propia comunidad universitaria. Cada concurso de licencia de radiodifusión o TV abierta debería incluir como un ítem con calificación relevante a las propuestas que incluyan el uso de un Código de Ética Periodística, o alguna otra guía escrita de buenas prácticas periodísticas, el que deberá ser de conocimiento público y accesible.

(d) *Cláusula de conciencia.* En estas redacciones, rige la cláusula de conciencia, donde nadie puede ser forzado a trabajar en contra de sus convicciones más sensibles. Existe el derecho de expresar por ese mismo medio esos disensos.

(e) *Defensor/a de audiencia.* Fomentar que los medios periodísticos de mayor relevancia tengan un defensor/a de la audiencia que defienda la calidad informativa y el derecho de las personas a informarse.

---

<sup>1</sup> Resulta de importancia incorporar la exigencia de lo dispuesto en los Pactos con jerarquía constitucional. El concepto de periodista profesional que debe usarse es el que determina la Corte Interamericana de Derechos Humanos conforme el Pacto de San José de Costa Rica.

### **3) Autoridad regulatoria:**

- (a) Elección por concurso con garantía de transparencia y control parlamentario. La autoridad de aplicación debería ser un órgano colegiado, de número impar, cuyos integrantes deberían ser elegidos mediante concurso público abierto con instancias de impugnación y audiencias públicas.
- (b) Las delegaciones provinciales del ex Afscsa (Enacom) deberían controlar junto con el Ministerio de Trabajo en forma frecuente las condiciones de trabajo de los periodistas/comunicadores/técnicos.
- (c) Descentralizar la autoridad regulatoria para evitar el unitarismo abusivo, tanto a nivel nacional como de las cabeceras provinciales respecto al interior provincial. Al mismo tiempo, las delegaciones provinciales deberán ser supervisadas por la autoridad central para evitar los abusos.

### **4) Diversidad de actores:**

- (a) Promover cooperativas o mutuales periodísticas para la creación de nuevos medios alternativos o barriales sostenidos con aporte de entidades barriales o municipales.
- (b) Promover el rescate de licencias, particularmente en las llamadas zonas conflictivas, y garantizar la puesta a disposición de las mismas, para ser concursadas, de manera especial, buscando asegurar que se respete el cupo del 33% para las personas de existencia ideal sin fines de lucro.
- (c) Promover una legislación de publicidad oficial que permita incentivar el despegue de medios sin fines de lucro.
- (d) Emisoras universitarias. Las universidades de gestión privada deben ser equiparadas a las de gestión estatal en las facilidades para acceder a los medios audiovisuales.
- (e) Incentivar el impulso a los sectores sociales que se produjo con la ley de servicios de comunicación audiovisual.
- (f) Generar condiciones que incentiven el ingreso de nuevos actores, antes que distribuir las distintas oportunidades que vayan surgiendo entre los actores preexistentes.
- (g) Extremar la transparencia en la propiedad de los distintos operadores.
- (h) La transferencia de las licencias tiene que ser informada de inmediato al inicio del proceso de evaluación de la transferencia. El personal tiene que ser informado de inmediato al inicio del proceso de evaluación de la transferencia. La transferencia no podrá ser aprobada sino se demuestra que se está al día con las deudas laborales.

### **5) Defensa de la competencia:**

- (a) Activar la legislación de defensa de la competencia para evitar el abuso de la posición dominante. Fortalecer la política de defensa de la competencia.
- (b) Con respecto a los límites para la concentración, FOPEA prefiere esperar la primera versión del proyecto de ley de la Comisión y analizar en detalle esa propuesta.

## **6) Acceso a Internet:**

- (a) Universalización del acceso a Internet de calidad, lo que no es otra cosa que la expansión de la fibra óptica hasta los hogares (FTTH)
- (b) Debe fomentarse la competencia en la oferta de conectividad de red alentando la inversión y el despliegue rápido y nacional de fibra óptica que permita el acceso a Internet de calidad, a través de la cual se ampliará la oferta.
- (c) Definir a Internet como servicio público garantizando tarifa social para su accesibilidad, y a su vez la gratuidad del servicio para instituciones educativas, culturales, clubes y ONGs, como así también en paseos y espacios públicos.
- (d) La pluralidad y diversidad -tanto desde el lado del consumo de información como desde su producción- va de la mano del acceso a Internet universal de calidad como derecho ciudadano, con tarifa social o subsidio estatal para los hogares o individuos que no puedan costear su costo.
- (e) Garantizar el principio de neutralidad de la red, para evitar cualquier tipo de censura periodística por parte de los prestadores del servicio de acceso a Internet.

## **7) Máxima transparencia:**

- (a) Al igual que se sugirió sin éxito a las anteriores autoridades nacionales, proponemos la confección de un informe público sobre la situación legal de las licencias de las emisoras de radio, televisión abierta y de cable, y proveedores de Internet, a cargo de una comisión específica a crearse, integrada por personalidades independientes, que sirva para transparentar la información y mejorar la calidad del debate sobre el sector.
- (b) La transparencia debe ser total sobre quiénes son los licenciatarios.

**COMISIÓN DIRECTIVA  
FORO DE PERIODISMO ARGENTINO  
27 de junio de 2016**