

Garantizar integralmente una prensa libre y plural

Por: Miguel Julio Rodríguez Villafañe. 28/02/2023

El Estado, activamente, tiene la obligación de propiciar, respetar y garantizar una prensa libre y plural. En ello, debe ayudar a superar los condicionamientos externos que afecten la posibilidad de la presencia de emprendimientos periodísticos diversos y no debe permitir que se den, de hecho o de derecho, monopolios u oligopolios que afecten el derecho a saber y menos con discursos únicos tendenciosos e información engañosa (fake news). En este interés público imperativo, resulta importante asegurar que haya una prensa diversa, que se pueda desenvolver, con criterios de igualdad y equidad y que garantice que no se oculten temas, personas o pueblos.

A su vez, en un país federal extenso como Argentina, es primordial que se tutele la existencia de medios de prensa con dispersión territorial, para que haya voces diferentes desde distintos lugares. Es la manera de respetar a mujeres y hombres situados, cuya perspectiva, en su espacio, hay que evitar que se la condicione, con lógicas centralistas y unipolares, que puedan silenciar o anular la visión local. Se deben propiciar condiciones para que, cada lugar del territorio patrio, tenga la posibilidad de contar con ámbitos de comunicación de su pertenencia. De esa manera también, ayudar a gestar una democracia nacional, provincial y municipal adecuada.

El tema tiene distintos perfiles a trabajar para lograrlo, trataré algunos de ellos.

Lucha contra monopolios

En primer lugar, hay que acabar con la construcción de monopolios y oligopolios periodísticos y de medios de difusión. Por el momento y con urgencia, hay que reflotar por otro Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) los artículos que imponían límites a las tenencias de frecuencias en la Ley de servicios de comunicación audiovisual 26.522, que fueron derogados por el DNU 267/2015 de Mauricio Macri. Y trabajar nuevas regulaciones en la materia, para evitar la formación de monopolios u oligopolios marquen la agenda y las perspectivas de pensamiento, con visión tendenciosa y/o mentirosa.

Distribución de la publicidad oficial

Ocupa un aspecto fundamental en la problemática, el tema de la distribución de la publicidad oficial, en todos los ámbitos: nacional, provincial y municipal. Ella debe ser realizada con criterios de justicia y equidad, que respeten todos los espacios de la información y la comunicación, protegiendo la pluralidad y la diversidad e incorporando los nuevos servicios de comunicación en plataformas digitales. Siempre teniendo en cuenta, la distinción vigente, como lo regula la ley 26.522: de la economía empresarial, de la gestión estatal y los que corresponden a la economía sin fines de lucro.

A su vez, tener presente, que no cabe alimentar ilegal e injustamente con una distribución arbitraria de la publicidad oficial, particularmente, la que, al otorgarla, sólo alimente a quienes ofrecen cianuro día a día a la sociedad, con informaciones mentirosas y desinformación estructural. Tampoco se puede usar como un subsidio a los editores amigos del gobierno de turno.

Controlar cumplimiento del Estatuto del Periodista

En la distribución de la publicidad oficial hay que controlar, debidamente, antes de otorgarla, el cumplimiento del Estatuto del Periodista Ley 12.908. Dicha norma, en su art. 64 dispone, que “las dependencias de la administración, reparticiones y autoridades judiciales no podrán disponer publicaciones de ninguna índole, condicionadas a un régimen de tarifas, en diarios, revistas, periódicos y órganos de difusión que utilicen personal comprendido en este estatuto que no hayan cumplido previamente las disposiciones de esta ley, la de jubilaciones y pensiones de periodistas y toda la legislación social que ampara los derechos del periodista profesional”.

Todos los días nos anoticiamos de incumplimientos de aspectos básicos de acatamiento de derechos esenciales de los periodistas por grandes grupos empresarios de medios de difusión, sin embargo, éstos siguen recibiendo ilegalmente, altas pautas dinerarias de publicidad oficial.

IVA diferencial

Cabe rescatar positivamente lo dispuesto en la ley 27.701 del presupuesto 2023, en el que se logró retomar una franja de Impuesto al Valor Agregado (IVA) diferencial del 2,5 % para los medios gráficos y digitales más pequeños, que había sido derogada en 2018, por el macrismo.

Asimismo, se habilitó a los pequeños medios cooperativos el uso de crédito fiscal de IVA destinado al “Fondo para la Educación y Promoción Cooperativa”, ya que, en la anterior regulación, se complicaba aplicar el crédito fiscal pertinente, dado que no se lo podía utilizar en otros emprendimientos.

Papel Prensa

En el país hay cientos de diarios, periódicos y revistas organizados como pequeñas y medianas empresas comerciales (Pymes) o cooperativas. Estas publicaciones, producto del esfuerzo por superar la concentración, les dan voz a diferentes problemáticas, sectores sociales, barrios, localidades, ciudades y regiones del país. Para esos medios, uno de los insumos más condicionantes de su desarrollo y funcionamiento sustentable es el papel para imprimir, que representa entre el 50% al 80% de sus costos. Recurso este declarado de interés nacional, desde hace tiempo (Ley 11.682).

Resulta necesario reflotar lo que disponía la Resolución 1/2010 de la Secretaría de Comercio Interior de la Nación y la ley 26.736/2011, por las que se declaró “de interés público la fabricación, comercialización y distribución de pasta celulosa y de papel para diarios”. En función de ello, se garantizó “la igualdad de oportunidades y el acceso sin discriminaciones al abastecimiento de papel” y obligó a la compañía a fijar un precio único para todos sus clientes, con independencia de la cantidad de bobinas de papel que se comprara. O sea, igualdad de precio y condiciones a los grandes clientes como a los pequeños diarios. Además, se obligó a incrementar su producción a Papel Prensa S.A., integrada por capitales privados y estatales, (Grupo Clarín 49%, La Nación SA 22,5%, el Estado nacional 27,5% y 1%, otros).

Repárese que la Ley 25.750 de 2003, de “Preservación de bienes y patrimonios culturales” estableció, que “el Estado nacional preservará especialmente... a Diarios, revistas, periódicos y empresas editoriales en general”, (arts. 1 y 3).

En 2019, hubo un gran retroceso en lo logrado, ya que entró en vigencia la norma Ley 27.498 del gobierno de Macri, que desreguló la venta y producción de Papel Prensa S.A. y se relevó a la empresa, tanto de la obligación de garantizar el abastecimiento del mercado local para diarios, como de hacer público su precio, incluso ahora, prioriza fabricar cartón, (papel Kraft), para cajas de pizzas y otros usos de ese tipo.

Además, resulta inaceptable que el Estado Nacional obtenga ganancias en la empresa a costa del cierre de medios de comunicación por los costos. Tiene que destinar dichos beneficios de su participación de Papel Prensa S.A. para garantizar la prensa gráfica, que no son del grupo dueño de la empresa y volver a la normatividad derogada. Hay que evitar que, poco a poco, se vaya haciendo desaparecer más voces.

**Abogado constitucionalista cordobés y periodista de opinión.*

[LEER EL ARTÍCULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: Pressenza

Fecha de creación

2023/02/28