



166ª Junta de Directores de Adepa

**Preservar la salud de la prensa
es cuidar el vigor de la democracia**

Adepa siempre ha afirmado que la libertad de expresión no sólo es poder decir lo que se piensa, sino poder hacerlo sin represalias ni hostigamientos. Pero también la libertad de expresión es que existan medios para poder ejercerla. Al sostener el periodismo profesional, las empresas periodísticas son, aquí y en el mundo, un instrumento esencial para ejercer esa libertad estratégica como contrapeso al poder y como auditoría social.

Afortunadamente, en el país se ha dejado atrás una política de confrontación oficial contra el periodismo independiente. Lo ha valorado Adepa en sus últimas dos juntas de directores: se puso fin a un esquema de persecución sistemática a la disidencia y, en general, al ejercicio del periodismo que da cuenta de una realidad muchas veces incómoda para el poder.

Este ha sido un paso indiscutible en favor del retorno a una lógica de normalidad en la relación entre la prensa y el poder político. El diálogo oficial con los periodistas, las conferencias de prensa, la Ley de Acceso a la Información Pública, la distribución más equilibrada de la pauta estatal, son, entre otras, prácticas que hemos saludado porque están en la senda correcta.

No obstante, así como se observa una positiva evolución en las dos primeras premisas que se requieren para una efectiva vigencia de la libertad de expresión (decir lo que se quiere y hacerlo sin sufrir consecuencias), sigue pendiente el tercer requerimiento: cómo contribuir a preservar la sustentabilidad de un actor de la democracia que está llamado a cumplir un rol social e institucional del cual el Estado no puede desentenderse.

Los medios gráficos y digitales vivimos en todo el mundo una paradoja que nos esperanza y nos desafía a la vez. Nunca en la historia hemos tenido más lectores. Con Internet hemos multiplicado por diez la audiencia que nos elige para saber y entender frente al océano de datos que circula en la web y las redes sociales, que muchas veces terminan generando desinformación. Al mismo tiempo, nunca como antes enfrentamos tal incertidumbre respecto de la ecuación económica de un modelo en el que quienes producen los contenidos - en definitiva, quienes financian el trabajo periodístico- no participan proporcionalmente de los ingresos que genera el tráfico digital ni ven recompensada de manera justa la propiedad intelectual de esos contenidos.

Vemos cómo redes e intermediarios globales no sólo concentran el enorme flujo de ingresos de una audiencia que los medios contribuimos en gran medida a generar, sino que llegan a convertirse en árbitros del acceso a esos contenidos por parte de los usuarios. Hablamos de jugadores que no son meras empresas tecnológicas: son la vía de acceso a Internet de millones de personas. Por lo tanto tienen una responsabilidad central como garantes de ese acceso, y en ese sentido están llamados a actuar con una lógica no meramente comercial sino de dimensión institucional.

El rol de la prensa

En este nuevo paradigma, los medios de prensa, como organizaciones complejas que han sostenido a lo largo de la historia el periodismo de calidad, siguen cumpliendo un rol plenamente relevante en la conversación pública y en la identificación de cuestiones centrales de la agenda. Si miramos, en el mundo y en nuestro país, el peso de los hallazgos periodísticos de los últimos tiempos, veremos que la prensa independiente se mantiene como actor protagónico en la investigación de los asuntos de interés público; en el escrutinio del ejercicio y del abuso del poder; en la búsqueda de información ponderada que trascienda la propaganda; en el análisis con valor agregado de una realidad ciertamente compleja.

Estos medios continúan siendo caja de resonancia nacional, local y global, y a través de su legítima mirada editorial y por delegación de su audiencia, buscan identificar los aspectos de la realidad que, en forma

de preocupaciones, necesidades e intereses, tienen mayor relevancia para sus lectores. Se constituyen así en facilitadores de un debate público enriquecido; en sintetizadores de la agenda ciudadana; en vehículos de información calificada; en contribuyentes a la pluralidad de opiniones.

Son, al mismo tiempo, soportes de identidad cultural y lingüística, herramientas de educación no formal e instrumentos de integración social.

En definitiva, la prensa continúa siendo una institución que ayuda a fortalecer la calidad de la democracia. Permite una comunicación más equilibrada entre gobernantes y gobernados, ayuda a controlar los desvíos del poder y contribuye a que las discusiones públicas sean más argumentadas y, por ende, más productivas.

Lejos de estar en decadencia o en retroceso, esta función hoy se potencia por efecto de lo digital. Gran parte de lo que se debate apasionadamente en las redes sociales proviene, de un modo u otro, del trabajo de las organizaciones periodísticas. Y está muy bien que así sea. Cómo no celebrar que la prensa, aun con fallas y errores, pero guiada por criterios profesionales y por la búsqueda de la verdad, sea el insumo del debate público frente a fenómenos que nos angustian, como las noticias falsas o “fake news” y los “hechos alternativos” derivados de la propaganda política.

Luego de un período anómalo –en el que los recursos estatales se usaron para crear medios sin audiencia o para generar vehículos proselitistas- el ecosistema mediático argentino busca transitar de manera genuina hacia el nuevo paradigma, de acuerdo a su tradición de diversidad. Es este un momento propicio, entonces, para que ese patrimonio intangible pueda ser valorado y apoyado por las políticas públicas, no en función de su adhesión ideológica a un gobierno de turno, sino de su valor institucional y estratégico.

Muchos de los países desarrollados del mundo lo han hecho y lo hacen. Coinciden en que durante la transición hacia un nuevo modelo aún en definición, esta revolución digital que altera la ecuación de sustentabilidad de los medios tradicionales, requiere medidas que se orienten a favorecer la producción de contenidos por parte de profesionales locales, facilitar el acceso de los ciudadanos a los medios,

fomentar la inversión en recursos humanos y tecnológicos que demandan los nuevos lenguajes, proteger el valor de la propiedad intelectual frente al uso que hacen de la misma las nuevas plataformas, y amortiguar las conductas de mercado que tienden a premiar a los intermediadores tecnológicos frente a los generadores del contenido.

Los esquemas son múltiples. Si recorremos el planeta, los modelos de apoyo a la industria periodística se multiplican y atraviesan el mundo occidental. Casi toda Europa, Estados Unidos y la mayor parte de América Latina, llevan adelante distintas iniciativas –legislativas, fiscales y de promoción directa– que traducen en resultados concretos el valor estratégico que le asignan a la prensa. No es un fenómeno novedoso: ya la Revolución Francesa dictó en 1792 una ley de reducción de las tarifas postales de los periódicos “para fomentar la libre comunicación del pensamiento entre los ciudadanos de la República”.

Esquemas similares, entre los que se reitera a nivel internacional la ausencia de impuestos a la venta de diarios y revistas como vía para facilitar el acceso a la información, alcanzan montos ciertamente relevantes en algunos países. Sólo Francia, en 2015, asignó más de mil millones de euros en ayudas directas e indirectas a los medios.

El racional político es claro: se busca facilitar la libertad de información y sostener el pluralismo al promover la existencia de múltiples ofertas editoriales; se ratifica que la prensa no es una actividad comercial más sino una labor de fuerte interés social; y se estimula la inversión de los medios tradicionales en su propia reconversión tecnológica.

El desafío argentino

La Argentina tiene un camino recorrido en este sentido, pero hoy se enfrenta al desafío de dar un paso más. Es que durante los últimos 18 años –ciertamente aquellos donde la revolución tecnológica afectó como nunca antes la ecuación económica de la prensa– el sistema político no encaró soluciones de fondo para un sector que requiere más que respuestas de corto plazo o soluciones particulares.

Así, mientras se desataba la tormenta digital, los diarios y las revistas vimos cómo se anulaba la histórica desgravación del IVA al precio de tapa. Mientras la publicidad digital se concentraba en dos grandes

jugadores globales, la inversión publicitaria oficial reducía significativamente la participación de diarios y revistas, profundizando, en lugar de morigerar, la afectación a los principales productores de contenidos periodísticos. Lo mismo sucede con los portales digitales, que deben competir por la pauta con plataformas extranjeras que no generan contenidos sino que se nutren de los primeros.

Estos fenómenos se agravan, claro está, cuando hablamos de los medios periodísticos locales, en su mayoría Pyme, que hacen un esfuerzo sobrehumano para seguir sirviendo con información propia a las comunidades que atienden. Hoy estos medios son además, en muchos casos, la principal fuente de trabajo para los periodistas en sus lugares de origen. De allí que requieran una especial atención de las políticas públicas. Necesitan contar con un régimen apropiado y específico que, como en otras industrias estratégicas, les permita seguir contratando profesionales de calidad. Todos los países que preservan sus industrias culturales cuidan a sus medios locales. La coyuntura exige en este campo una respuesta aun más urgente.

En definitiva, la prensa vive hoy, en el mundo y en nuestro país, un momento bisagra. La sociedad y la dirigencia dan cuenta todos los días del renovado peso que los medios periodísticos tienen en la agenda pública y en la auditoría del poder político y económico. Pero a la vez son conscientes de los riesgos que estos enfrentan a partir de los nuevos paradigmas tecnológicos.

Superada la escalada oficial de hostilidad contra el periodismo, el país vive una oportunidad única para preservar y fortalecer, con políticas de Estado, este patrimonio intangible que hace, sin dudas, a la calidad de la democracia.

Buenos Aires, 5 de abril de 2018