

Día Mundial de la Libertad de Prensa
Jorge Canahuati, presidente de la SIP, Grupo Opsa, Honduras
Martes 3 de mayo de 2022

Panel: “Viabilidad de los Medios de Comunicación en América Latina y el Caribe: seguimiento a Windhoek +30”
10 am - 12 pm

Buenos días. Es un honor compartir mesa con tan distinguidos directores de medios y periodistas.

En nuestra reciente reunión semestral abundamos sobre cómo se agravó la violencia física contra la libertad de prensa. Sin dudas, ese es nuestro mayor desafío. Tema que dejo para que otros panelistas profundicen en ello.

Quiero centrarme ahora en la violencia económica, menos palpable que la física, más sutil, pero igualmente destructiva, arrastrando a los medios a un estado de indefensión y debilidad, con graves consecuencias para la vida democrática.

Existe la violencia económica directa: el robo por parte de gobiernos de los diarios *La Prensa* de Nicaragua y de *El Nacional* de Venezuela, son ejemplos palpables. No son los únicos casos, pero los más recientes.

También en muchos países, como en Estados Unidos, los medios han enfrentado un alto número de demandas por difamación, lo que ha obligado a muchos estados a promulgar protecciones legales para desestimar litigios costosos y sin mérito. En Brasil se calcula que en los últimos años más de 5.000 periodistas y empresas periodísticas han sido blanco de demandas, obligados a pagar grandes cifras de dinero, generándose un efecto en cascada de autocensura.

Más allá de esa violencia económica directa, hay otra, aún más sutil, que va en detrimento de la salud económica de un medio, salud necesaria para operar, para fiscalizar al poder público y privado.

Los cambios en la tecnología, al tiempo que aumentaron el alcance de los medios periodísticos, han generado enormes disparidades económicas con las plataformas digitales globales, poniendo bajo enorme presión la viabilidad financiera de los medios.

En este sentido, nos agradan las expresiones de las Naciones Unidas y la UNESCO que han mostrado su preocupación sobre la viabilidad de los medios. Como bien lo expresa la Declaración de Windhoek + 30, impulsada por la UNESCO, “la sostenibilidad económica” es “un requisito previo clave para su independencia” y pide a las compañías digitales que apoyen a los medios a través de acuerdos “de asociación inclusiva” y “medidas financieras”.

Si bien reconocemos en nuestra industria que la crisis económica, agravada por la pandemia, tiene que ver con el proceso dilatado de la transformación digital, el mayor problema que enfrentamos tiene que ver principalmente con la migración de los ingresos por publicidad que fueron absorbidos por las grandes plataformas digitales.

Por eso la SIP y más de una veintena de organizaciones de medios de nivel global y regional estamos reclamando a las plataformas digitales que ayuden a remediar esta situación. ¿Cómo? Continuamos reclamando que los medios deben recibir una retribución justa, razonable y universal por los contenidos que las grandes plataformas distribuyen y monetizan como parte de su estrategia de publicidad digital, así como por los beneficios directos e indirectos que obtienen de ellos.

Creemos que el camino puede ser mediante acuerdos directos de las plataformas con los medios, reconociendo el derecho de autor de los creadores y productores de contenidos. O también mediante la adopción de políticas públicas como el Código de Negociación de Medios y Plataformas Digitales de Australia aprobado en febrero de 2021. Los acuerdos logrados por ese código de negociación obligatoria, implicó mejores beneficios para los medios por parte de las plataformas, de los que obtenían antes de esa ley.

Reconocemos que las plataformas tienen programas de apoyo a los medios. En varios países están pagando licencias por el uso de contenidos. Pero creemos que no son suficientes.

Debemos advertir que la crisis económica ha generado grandes desiertos informativos con serias consecuencias para los países. Vemos como como en Colombia, Argentina, Brasil, Venezuela, Canadá y Estados Unidos, solo por citar algunos países, existen grandes territorios que se han quedado sin periodismo local, debido, principalmente, a que la publicidad, el máximo ingreso del pasado, se ha esfumado. El secretario general de las Naciones Unidas, António Guterres fue enfático en señalar este peligro. Advirtió sobre la “extinción de medios”, y les recordó a las sociedades y los gobiernos que deben defender al periodismo independiente como “bien esencial público” de nuestras sociedades.

En la SIP sostenemos que la sostenibilidad del periodismo, un bien público como lo define ahora la UNESCO, es un bien del estado democrático, responsabilidad que no puede evadir ningún gobierno.

Más allá del apoyo a iniciativas sobre remuneración de contenidos a quienes los producen y crean, los gobiernos deben debatir y adoptar políticas públicas que garanticen la supervivencia del periodismo, ya

sea mediante incentivos fiscales directos a la producción de periodismo, o incentivos a las audiencias para que se suscriban y apoyen al periodismo o a los anunciantes para que inserten publicidad en los medios. Hay muchos ejemplos de países europeos sobre este tipo de políticas públicas.

En este sentido, reclamamos que esas políticas públicas gubernamentales deben ser transparentes, no discriminatorias y que no afectan la autonomía editorial de los medios. En nuestras Américas tenemos la vieja práctica del uso discriminatorio de la publicidad oficial por lo que debemos alejarnos de esos vicios y pecados si queremos construir medios independientes y robustos.

Creemos que los medios, las plataformas, los gobiernos, las audiencias, **todos...** todos tenemos la responsabilidad de asegurar la viabilidad y permanencia del periodismo independiente. Nuestra industria es esencial para el desarrollo de los pueblos y el bien común.

Muchas gracias.

Sesión de Clausura

El 4 de mayo el presidente de la SIP, Jorge Canahuati, también participó en la sesión plenaria de clausura: "Hagamos realidad la información como un bien público", en la que expuso lo siguiente:

“Muchas gracias por permitirme ser parte de este distinguido grupo. Después de haber participado y asistido a numerosos paneles, podría afirmar que las conclusiones de esta cumbre son redundantes con las expresiones que la UNESCO destacó en la renovada Declaración de Windhoek + 30.

Sin ánimo de excluir ningún tema, quiero poner énfasis sobre dos puntos que se necesitan para que los medios de comunicación, como bien público como se destacó en esta cumbre, tengan el apoyo suficiente para su sostenibilidad y viabilidad económica.

- Llamo la atención que los cambios en la tecnología, al tiempo que aumentaron el alcance de los medios periodísticos, han generado enormes disparidades económicas con las plataformas digitales globales, poniendo bajo enorme presión la viabilidad financiera de los medios.
- Reconocemos pecados propios de los medios con procesos dilatados en la transformación digital, sin embargo, el mayor problema que enfrentamos es la migración de los ingresos por publicidad, los que fueron absorbidos por las grandes plataformas digitales.
- Es necesario que esta Cumbre tome nuestro reclamo de asociaciones de prensa globales y de las Américas, y exija que se adopten políticas públicas que obliguen a las plataformas a pagar a los medios una retribución justa, razonable y universal por los derechos intelectuales de los contenidos periodísticos que las plataformas distribuyen y monetizan como parte de su estrategia de publicidad digital, así como por los beneficios directos e indirectos que obtienen de ellos. Necesitamos que las disparidades y la asimetría entre plataformas y medios comience a balancearse.
- Los medios reclamamos que deben existir abordajes coherentes a nivel global para hacer efectivo un derecho que tiene su base tanto en la propiedad intelectual como en las normas de defensa de la competencia. Es fundamental que se eviten

prácticas abusivas en el mercado de la publicidad digital, donde las plataformas son a la vez árbitros y jugadores principales.

- Más allá del apoyo a iniciativas sobre remuneración de contenidos a quienes los producen y crean, los gobiernos, así como las organizaciones multilaterales, deben adoptar políticas públicas que garanticen la supervivencia del periodismo. Estos programas pueden ser créditos blandos, apoyo para la apertura de nuevos medios, apoyo para la adopción y compra de nuevas tecnologías, incentivos fiscales directos a la producción de contenidos, para los donantes, las audiencias y los anunciantes.
- El requisito esencial de cualquier programa de apoyo para los medios debe estar enmarcado en medidas transparentes, inclusivas, no discriminatorias y, principalmente, que no afecten la autonomía editorial de los medios.
- Por último, Necesitamos promover un ecosistema digital sano y equilibrado, en el que la opacidad de los algoritmos no termine decidiendo qué información es relevante para una persona o una sociedad, y en el cual la desinformación pueda combatirse con periodismo profesional y de calidad. Para eso se requieren medios sustentables, que reciban el valor que generan en beneficio de la comunidad.

Muchas gracias.”