

PARTICIPACION DE LA DRA. ALICIA FINOL.
PROBLEMAS EN LA OPERACION DE ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISION PRIVADAS. COMPETENCIA DESLEAL. WORLD ELECTRONIC MEDIA FORUM -WEMF- (FORO MUNDIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION ELECTRONICOS), ORGANIZADO POR NACIONES UNIDAS, UNION EUROPEA DE RADIODIFUSION Y EL GOBIERNO SUIZO. DEL 9 AL 12 DE DICIEMBRE DE 2003.

La radio y la television privada coexiste en muchos raises con la radio y television publica. Esta coexistencia debe realizarse bajo los principios de leal concurrencia, debiendo eliminarse los multiples privilegios de que gozan los radiodifusores publicos, y especificamente, la disposicion de dobles ingresos financieros a traves de los recursos publicos y, por otra parte, los ingresos por publicidad comercial en desmedro de la unica fuente de financiamiento con que cuentan los radiodifusores privados, lo que supone ejercer competencia desleal con sus colegas privados. Tambien vemos, como ademas del presupuesto estatal con que cuentan para su operacion y funcionamiento, esta la ayuda oficial en la colocacion de publicidad gubernamental, que en el caso especifico de mi pais, Venezuela, los diferentes organismos del estado deben, por ley, invertir 33% de su presupuesto publicitario en los medios oficiales.

La publicidad comercial en la radio y la TV oficiales no deberia realizarse ya que esto podria conllevar a formas de presion de los gobiernos sobre las emisoras privadas, bien sea asfixiando a traves de tarifas muy por debajo de mercado, o presionando a los inversionistas de publicidad para favorecer a aquellas emisoras que no les hacen oposicion y castigar, prohibiendo la inversion publicitaria, a aquellas que representen una tendencia opositora al gobierno.

Es importante resaltar la publicidad como libre de expresion comercial, que permite la autosuficiencia de los medios de comunicacion, pues sin independencia financiera no pueden existir medios independientes, los cuales son esenciales para la promocion de una informacion imparcial, que respalde un pluralismo informativo y una diversidad cultural. Los medios privados son instrumentos de la pluralidad desde el ejercicio del principio de la libre competencia entre ellos mismos para ganarse la aceptacion de los diversos publicos que operan como mercados de opiniones.

Desde el punto de vista del interes del publico, la radiodifusion privada necesita producir ingresos y ganancias, ya que una merma de los mismos u operar con perdidas produce, en primer lugar, un recorte en los programas de servicio publico que estas pudieren realizar, asi como tambien produce una

disminucion en la cantidad y calidad de la programacion y un desestimulo en la competencia entre los medias.

Existen otras formas de competencia, que aunque en todos los casos no sean financiadas directamente con rondon estatales, son auspiciadas y protegidas par algunos gobiernos en detrimento de las emisoras comerciales establecidas. Tal es el caso de la proliferacion de estaciones llamadas comunitarias, de baja potencia y de servicio publico, con una serie de ventajas economicas e impositivas, que vienen a competir con el mercado publicitario de las comerciales, y, que muchas veces bajo la forma de patrocinios en realidad comercializan, agregando cientos de competidores al mercado. En Venezuela, estas emisoras de servicio publico sin fines de lucro, tienen la posibilidad de transmitir publicidad comercial en forma practicamente igual alas emisoras comerciales, lo cual no solo desvirtua par completo el caracter de servicio publico, sin fines de lucro, sino que es indudablemente una competencia desleal contra las emisoras de radiodifusion sonora y audiovisual que no gozan de exoneracion o rebajas sustanciales de impuestos de las cuales gozan, par ley, las de caracter comunitario.

Permitanme hacer referencia a otra situacion que considero asimismo una competencia desleal contra los medias privados de radiodifusion, y es lo que viene sucediendo en Venezuela respecto alas "cadenas", o sea la obligacion de transmitir micros, actos y mensajes politicos en forma obligatoria y unisona en toda la red de radios y televisoras del pais, publicas y privadas, las cuales debido a la frecuencia y cantidad de las mismas que, solo en este ana 2003 ya lleva mas de 160 horas, no solo ha afectado la inversion publicitaria de nuestros clientes, sino nuestra relacion comercial con ellos, ocasionando grandes perdidas a la industria de radiodifusion.

No significa esto que la radiodifusion privada pretende la no existencia de un servicio oficial de radiodifusion. La radiodifusion publica nacio con el proposito y la obligacion de ser educativa, de ofrecer a su publico un contenido cultural-formativo y de interes local que de otra manera seria dificil de llenar par los radiodifusores privados. Hay ciertas tareas que el Estado, en razon de sus recursos, de los medias institucionales, personales y tecnicos de que dispone, puede cumplir mejor que la radiodifusion privada. Desde los boletines oficiales de informacion general o especializada hasta la radiodifusion educativa, hay toda una gama de modalidades de programacion que el Estado puede atender con ventaja.

Especialmente en el campo de la radio y la television educativas, con el apoyo que emisoras oficiales pueden exigir de las Universidades, de la

Enseñanza Primaria o Secundaria, de las bibliotecas, archivos, museos oficiales, etc, ellas están en condiciones de realizar una labor que no está a nuestro alcance, o que quizás no podríamos cumplir con igual eficacia. Es pues, el sistema mixto de radiodifusión predominantemente privada y libre, acompañada por una radiodifusión estatal con finalidades específicas, el que los radiodifusores de las 3 Américas han auspiciado permanentemente.

Otra cosa es que se pretenda oficializar toda la radiodifusión o cualquiera de sus modalidades, o que la radiodifusión privada haya de ser quien financie al servicio oficial, o lanzar al servicio oficial a la competencia comercial -que no es leal porque no es pareja- con las emisoras privadas, en el único campo en que estas últimas puedan obtener los recursos para su operación. Tenemos que abrir las compuertas de la libre y leal competencia y el libre flujo de información, y las empresas de comunicación estatales y gubernamentales deben entender esto.

La radiodifusión comercial debe ser privada y operada competitivamente, constituyendo una actividad de interés público. Comparto el criterio de que los medios no pueden ser los dueños del patio ni los periodistas los protagonistas de los hechos, porque esto desvirtúa el sentido de la acción mediática. Somos medios. Los protagonistas de las noticias son otros, pero si tenemos responsabilidades sociales y para sostener el funcionamiento de estos medios es indispensable la libre, igual y leal competencia, hasta ahora demostrada como el principal modelo válido que conserva las libertades y la pluralidad de pensamiento.

Muchas gracias...