

Medios de toda América llamamos a defender el valor del periodismo profesional en el ecosistema digital

Las entidades firmantes, en representación de los medios de comunicación de las tres Américas, exhortamos a las organizaciones supranacionales y a los países de la región a poner en agenda y asignar prioridad a la cuestión vital del valor de los contenidos periodísticos en las plataformas digitales, asegurando condiciones para una **retribución justa y razonable** por parte de estas últimas.

Luego de años de investigaciones sobre la posición de dominio de las empresas tecnológicas globales en el mercado de la comunicación, Australia dictó el pasado 25 de febrero un Código de Negociación de Medios y Plataformas Digitales. Este prevé mecanismos de arbitraje obligatorio para asegurar que dichas plataformas -en su condición de facilidades esenciales o "puertas de acceso" de Internet- **paguen a los medios por el uso que hacen de su contenido y del cual obtienen fuertes beneficios directos e indirectos.**

Con el apoyo de las asociaciones europeas de medios, la Comisión y el Parlamento de la Unión Europea están discutiendo una Ley de Mercados Digitales ("Digital Markets Act") para impedir que las grandes plataformas digitales abusen de su poder de mercado. En Estados Unidos, la News Media Alliance -en representación de casi 2.000 medios- gestiona una autorización del Congreso de ese país para negociar de manera directa con las plataformas.

Estas iniciativas surgen de los enormes cambios producidos en las últimas dos décadas en el acceso a las noticias. Los medios periodísticos poseen más audiencia que nunca, pero **los ingresos que financiaban el periodismo profesional son absorbidos por intermediarios que concentran más del 80% de la publicidad digital mundial.** Nuestros contenidos, valorados por la audiencia, son esenciales para la información de la sociedad y vitales para la salud de la democracia, pero **el sostenimiento del periodismo está en riesgo.** Los llamados "desiertos informativos" (áreas sin medios locales) se replican en las pequeñas comunidades y se extienden a regiones cada vez más amplias.

El camino para que esta asimetría comience a balancearse -sin que haya actores que se beneficien a costa de otros- ya lleva varios años. Fue pionera la Unión Europea, cuyo Parlamento aprobó en 2019 la Directiva que obliga a las plataformas a compensar el uso de los "derechos intelectuales" de los editores periodísticos. Francia, Holanda, Italia, Hungría y Alemania ya adaptaron sus leyes nacionales, para obligar a las plataformas digitales a negociar dentro de plazos razonables.

No obstante, en todos los países los esfuerzos para hacer efectivo este derecho se enfrentan a dilaciones y diferencias de poder negociador entre las partes, lo que demora los acuerdos y les quita proporcionalidad. En algunos casos, estas conductas ya dieron lugar a severas multas por parte de las autoridades.

Los miembros de la industria periodística creemos 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.**

También 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. Y que cuando dichas prácticas ocurren, estas sean investigadas y sancionadas, para evitar una mayor concentración en los ingresos y en el uso de los datos personales. Asimismo, **debe prestarse suma atención a la cuestión de los algoritmos, que condicionan la distribución de los contenidos y su llegada a la sociedad.**

La renovada Declaración de Windhoek + 30, impulsada por la Unesco, expresa preocupación por "la severa crisis económica que representa una amenaza existencial para medios..." y recuerda que "la sostenibilidad económica" es "un requisito previo clave para su independencia". Reclama a los gobiernos "garantizar (...) flujos de financiación de fuentes públicas a los medios". Y a las compañías digitales les pide que apoyen de diversas formas; por ejemplo, a través de acuerdos "de asociación inclusiva" y "medidas financieras".

Son valorables recientes iniciativas de empresas como Google y Facebook tendientes a pagar a medios de algunos países por licencias de contenidos. Pero creemos que **esos programas no constituyen aún la respuesta justa e integral que la industria requiere** para compensar las distorsiones y devolver cierto equilibrio al ecosistema. La compensación no debe ser una decisión unilateral de las plataformas, sino el fruto acordado de un derecho universal, preexistente y proporcionado para los editores.

Es necesario que países, organizaciones, medios y plataformas demos pasos en este sentido. Como sostiene la Declaración de Salta de la SIP (2018), "los actores del ecosistema digital deben lograr un balance adecuado entre libertad de expresión, derechos de autor y propiedad intelectual, así como respecto de los beneficios que puedan generar los contenidos en dicho ecosistema. También deben evitar prácticas abusivas que puedan afectar la competencia, la innovación y el libre flujo de la información". Conceptos similares han sido expresados por la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) y por las entidades de medios de los países de la región.

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.



Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) - Asociación Mundial de Editores de Noticias (WAN-IFRA) - Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica (OTI) - Grupo de Diarios América (GDA) - Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) - Medios Informativos de Canadá (NMC, Canadá) - Alianza de Medios Informativos (NMA, EE.UU.) - Alianza de MediosMx (México) - Asociación de Medios de Comunicación de Honduras (AMC) - Asociación de Medios de Jamaica (MAJ, Jamaica) - Sociedad Dominicana de Diarios (SDD, República Dominicana) - Asociación de Medios de Información (AMI, Colombia) - Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP, Ecuador) - Consejo de la Prensa Peruana (CPP, Perú) - Asociación Nacional de Periódicos (ANJ, Brasil) - Asociación Nacional de la Prensa (ANP, Bolivia) - Asociación Nacional de la Prensa (ANP, Chile) - Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA, Argentina)