La autorregulación de los medios

El pasado 15 de febrero del año en curso se publicó en el diario oficial "El Peruano" el Decreto Supremo 005-2005-MTC, que aprueba el Reglamento de la Ley de Radio y Televisión.

Se trata de una norma que desarrolla la Ley 28278, y que si bien debería haberse orientado a posibilitar una mejor aplicación de la Ley de Radio y Televisión, se pierde en vericuetos técnicos y peca de reiterativa.

Sin embargo, en temas cruciales en los que esperábamos un adecuado desarrollo, el reglamento guarda insólito silencio.

Para muestra basta un botón. El reglamento no dedica uno solo de los 157 artículos y quince disposiciones finales y transitorias que lo componen a tratar un tema central previsto en la ley, como es lo relativo a la publicidad estatal.

Al respecto, precisamos que la Sección Tercera del Libro Segundo de la Ley de Radio y Televisión, que abarca los artículos 49 a 53 de esta última, nos regula todo lo concerniente a la publicidad estatal, con el objeto de evitar que mediante los recursos públicos se manipule la línea editorial de los medios de comunicación, como ocurrió en la década pasada.

En ese sentido, la ley contempló mecanismos de transparencia en la contratación de tales servicios, precisando la obligatoriedad del Gobierno Nacional, los gobiernos regionales y locales y demás reparticiones públicas, de publicar en el portal del Estado Peruano y en su página web institucional los contratos con los medios de comunicación, las tarifas a las que están sujetos, la duración de los espacios contratados, los criterios de selección y demás elementos complementarios.

Igualmente, la ley obliga a la Presidencia del Consejo de Ministros, los organismos autónomos, los gobiernos regionales y los gobiernos locales a remitir trimestralmente a la Comisión de Presupuesto y Cuenta General de la República del Congreso la información desagregada y consolidada sobre los contratos y gastos referidos a la publicidad estatal. Sobre todo lo anterior, el farragoso reglamento hace mutis.

Estas curiosas omisiones resultan muy preocupantes, máxime si se tiene en cuenta que nos encontramos a solo trece meses de las elecciones generales del 2006, con un régimen fatigado que, según algunos suspicaces de la política nacional, está dispuesto a ser algo más que heterodoxo para mejorar sus posibilidades electorales.

En este escenario, debemos tener en cuenta la importancia que han alcanzado los medios de comunicación en la vida moderna, y en especial en la política. No olvidemos el poderoso influjo que ejercen en los diversos ámbitos de acción de una colectividad y que la ausencia o presencia de la libertad de información es determinante para calificar una sociedad como autoritaria o democrática.

Todos estos antecedentes nos plantean la necesidad para nuestro país, sobre todo a la luz de nuestra lamentable y aun reciente experiencia en este campo, de contar con normas transparentes y democráticas en el ámbito de las telecomunicaciones.

Natale Amprimo Plá
Congresista de la República

[Imprimir](#) | [Regresar](#)