

Derecho a la comunicación y libertad de expresión en el Perú

José Arévalo*

Resumen

Cada cierto tiempo en el Perú ocurre un hecho notable que nos recuerda que, en una perspectiva de fortalecimiento de la democracia, el campo de las comunicaciones es un asunto pendiente que debiera ser abordado principalmente desde la sociedad civil y la política en términos de promover un debate público amplio y plural, y avanzar en la construcción de una agenda cambios en las políticas y regulación de las comunicaciones. Desde fines del año 2000 la difusión de los denominados vladivideos generó la indignación de amplios sectores ciudadanos al revelar cómo la libertad de expresión se podía vender, junto con todo su valor ético y moral, por los principales medios de comunicación. En ese entonces, la indignación de la sociedad civil cristalizó en la formación de la Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social, que logró en su momento elaborar de manera participativa una propuesta de ley con el fin de generar un nuevo orden ético e institucional referido a los medios audiovisuales.

La Ley de Radio y Televisión N° 28278 fue promulgada el 15 de julio del 2004 y su reglamento, en enero del 2005. Este fue un paso importante en el ámbito legislativo de las comunicaciones en el Perú. (Alfaro 2013, Rey 2003, Welp 2008). Sin embargo, la puesta en vigencia de la norma no contribuyó a la democratización de las comunicaciones. Más bien formalizó la configuración oligopólica en la radio y la televisión.

El presente artículo propone un relato contextualizado del Foro por El Derecho a la Comunicación, un colectivo de la sociedad civil formado a principios del año 2014 a raíz de la acentuación de la concentración mediática cuyo principal protagonista es el Grupo El Comercio.

Palabras clave

Derecho a la comunicación, libertad de expresión, concentración mediática, sociedad civil.

El contexto

El 21 de agosto del 2013, el Grupo El Comercio adquirió el 54% de las acciones del Grupo EPENSA. La corporación asumió así el dominio del 77.86% del mercado de ventas de diarios. Este hecho, abrió rápidamente el debate sobre la concentración de medios en el Perú y su impacto en la democracia. Desde el aspecto comercial-empresarial se plantean una serie de cuestiones, entre ellas: las ventajas económicas gracias a la obtención de economías de escala, el aprovechamiento de sinergias y el aumento de la competitividad y solidez financiera. Sin embargo, la visión es diferente si se aprecia el problema

desde el punto de vista comunicativo, pues se evidencia que la concentración mediática restringe la diversidad de voces en el seno de una sociedad y, por lo tanto, atenta contra la democracia.

La Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) fue una de las primeras instituciones en convocar al debate y la reflexión sobre el tema. Gracias a este primer impulso se constituyó el “Foro por el Derecho a la Comunicación”, en el que participan algunas redes de comunicación de la sociedad civil existentes en el Perú, representantes de medios educativos y comunitarios de radio y televisión,

* Profesor de la Especialidad de Comunicación para el Desarrollo de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Fundador y presidente de la asociación Artesanos de la Comunicación. Ha sido jefe de programación de Radio Cutralú de Piura y coordinador del Sistema de Intercomunicación Satelital de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).
E-mail: jarevalo@pucp.pe

Foto: SERVINDI



La comunicación es un derecho humano

redes de comunicadores indígenas, asociaciones de comunicación, entre otros, con el fin de articular y consensuar criterios que permitan la construcción de una propuesta de políticas públicas de comunicación en el país.

El Estado de la comunicación

Visibilizar las carencias de comunicación en el Perú no es muy complicado, basta con mencionar algunos ejemplos que podrían ilustrarnos acerca de lo difícil y complejo que es el panorama. Según el Consejo Consultivo de la Radio y la Televisión (CONCORTV), en el Perú existen 5,325 estaciones de radio y televisión, pero solo una estación tiene licencia como radio comunitaria. Una sola en un país en el que las experiencias de medios educativos y comunitarios son de larga data (CONCORTV 2015).

Y es que la ley aprobada en el año 2004, reconoce las radios comunitarias pero no define bien lo que es un medio comunitario. Como ocurre en otras legislaciones, iguala lo comunitario con lo rural. Aun así, esta ley tampoco ha servido para que las comunidades rurales, campesinas o indígenas tengan más acceso a los medios. En este sentido, se incumple lo que plantea el artículo 16 de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, que señala que “los pueblos indígenas tienen derecho a establecer sus

propios medios de información en sus propios idiomas y a acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación”.

Como una posibilidad, el acceso podría ser al menos compensado a través de los medios públicos. Es decir, medios de comunicación gestionados de una manera pública que, además de legitimar la libre entrada de los ciudadanos en igualdad de condiciones y oportunidades, garantice también su participación en los procesos de comunicación y desarrollo del país.

El gobierno del presidente Ollanta Humala, a través del Decreto Supremo N° 001-2012-PCM, dispuso la adscripción del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú (IRTP) a la Presidencia del Consejo de Ministros, como parte del proceso de modernización de la gestión del Estado. El mandato para la PCM era crear una Comisión Multisectorial, de carácter temporal, con la finalidad de elaborar y proponer un anteproyecto de ley sobre la radiodifusión estatal. Eso debió ocurrir 60 días después de enero 2012, sin embargo, más de dos años después, ello aún no acontece. De acuerdo con el CONCORTV (2015), sólo contamos con 127 estaciones de radio y televisión públicas. La mayoría se encuentra en manos de los municipios y las universidades. Al no haber un reglamento de medios del Estado en el que se establezca la figura de los medios públicos,

la gestión de estos últimos no obedece necesariamente a la lógica de la participación y comunicación pública.

Concentración

Según el informe de Open Society Foundations, titulado “Mapping Digital Media: Perú” (2012), nuestro país muestra un nivel alto de concentración mediática. Indica, además, que “la digitalización no ha afectado las posiciones dominantes en el mercado peruano de medios masivos. Por el contrario, la posición hegemónica de los grandes grupos mediáticos se ha fortalecido”.

En este informe se asegura que, si bien el primer paso en el proceso de implementación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) ha sido gestionado apropiadamente (creándose espacios de discusión y participación con diferentes sectores de la sociedad), la mayoría de peruanos nunca ha escuchado sobre la TDT y tienen una limitada percepción de su potencial. Un tema pendiente es facilitar el acceso a la TDT a los grupos sociales desfavorecidos. Existe preocupación por la escasa posibilidad de que pequeños medios de comunicación tengan voz en el entorno digital.

El documento resalta, además, la indudable influencia del Grupo El Comercio en los ámbitos político, social y cultural, en virtud de su capacidad para dar forma a las agendas noticiosas a través de su difusión y medios impresos.

En referencia a lo anterior, el 21 de agosto del 2013 se produjo una operación comercial mediante la cual el Grupo El Comercio adquirió el 54% del Grupo EPENSA. Con esta adquisición de acciones, El Comercio asumió el dominio del 77.86% del mercado de venta de diarios. De esta manera, las publicaciones El Comercio, Perú.21, Gestión, Trome, Depor; además de Correo, Ojo, Ajá y El Bocón, empezaron a ser comercializadas por un mismo grupo. La transacción representa en sí misma una altísima concentración en la venta y comercialización de periódicos que sería contraria al orden constitucional y que afecta seriamente el mercado de medios impresos en el país.

Podemos inferir que esta transacción comercial impacta también en el mercado publicitario público y privado nacional. El grupo El Comercio se encuentra en el top de las 150 mayores empresas del Perú con más de 270 millones de dólares

al año, según cifras de América Economía¹. Por otro lado, en el Perú, el Estado es uno de los mayores inversionistas publicitarios del país y suele pagar una tarifa 40% más cara que la comercial. Según el cuadro del gasto del Estado en publicidad durante el 2012, publicado por Open Society, El Comercio es uno de los mayores receptores de publicidad estatal, situación que se consolida con la compra de EPENSA.

Lo que acontece con la prensa, también ocurre con los otros medios de comunicación. El investigador Jorge Acevedo (2013) afirma que en nuestro país se ha configurado un alto grado de concentración en la radio y la televisión de señal abierta, pues, en ambos casos, los cuatro primeros operadores tienen una participación en el mercado que supera el 75% de la inversión publicitaria y de la audiencia promedio anual. En el área de la televisión de señal abierta, tienen predominio el Grupo ATV, Plural TV, Frecuencia Latina y Panamericana Televisión.

En el campo de la radio, los cuatro principales operadores son el Grupo RPP, Corporación Radial del Perú, Corporación Universal y el Grupo Panamericana. Acevedo asegura que en el marco de la implementación de la televisión digital terrestre, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones ha tomado decisiones que profundizan la concentración en los dos últimos años. Los actuales operadores con predominio en el mercado han sido beneficiados con la adjudicación de frecuencias de gestión exclusiva, sin el obligatorio y necesario concurso público.

Remarca el investigador que el problema de la concentración se torna aún más crítico, debido a la ausencia de normas que limiten la propiedad cruzada. Ante el vacío legal existente en este campo, el Grupo El Comercio, que lidera la captación de la inversión publicitaria en la prensa nacional, es el socio mayoritario de Plural TV, es decir de América Televisión y Canal N.

La formación del Foro por el Derecho a la Comunicación

La Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) fue una de las primeras instituciones académicas en convocar al debate y la reflexión sobre la concentración mediática en el Perú. El primer evento se realizó el 18 de septiembre del 2013. El Foro llamado “El Derecho a

¹ <http://rankings.americaeconomia.com/las-500-mayores-empresas-de-peru-2014/ranking-500/>

la Comunicación” se realizó con la intención de poner en discusión los límites de la libertad empresarial y cómo esta puede afectar a la libertad de expresión. Incluso, en el marco de la actividad, se puso sobre la mesa de discusión el tema de la concentración de medios y sus implicancias laborales para los periodistas. “¿Qué oportunidades de trabajo tiene un periodista que no está de acuerdo con la línea editorial de la empresa que posee el 80 % del mercado?”, fue la interrogante planteada en aquella ocasión por Zuliana Lainez, de la Asociación Nacional de Periodistas.

Casi un mes después (el jueves 17 de octubre) se efectuó el segundo Foro “El Derecho a la Comunicación”. En esta oportunidad, la temática fue “Medios Públicos y Comunitarios en Debate”. El objetivo de este encuentro fue propiciar el diálogo respecto a la situación y alternativas de fortalecimiento de los distintos tipos de medios en nuestro país, en la perspectiva de contribuir a la consolidación de la democracia en el Perú.

Como consecuencia de estos dos eventos, los miembros de diferentes organizaciones y comunicadores decidieron organizar una instancia para trabajar en favor de la democratización de las comunicaciones.

En enero del 2014, el grupo lanzó un pronunciamiento frente a la concentración de medios que llevó por título: “Sin comunicación, no hay derechos”. Entre otros temas, la declaración señalaba:

“Ante el debate público desencadenado por la alta concentración de medios en el Perú, que no solo afecta las libertades de expresión y opinión, sino especialmente vulnera el derecho a la información y el derecho a la comunicación de cada ciudadana y ciudadano peruano, que habita y convive en nuestro país que se caracteriza por ser pluricultural, diverso y multilingüe, el cual todavía tiene brechas de inequidad, desigualdad de oportunidades y pobreza por resolver; los abajo firmantes:[...]

Recordamos que, en la década de los años noventa, varios diarios, canales de televisión y emisoras de radio de alcance nacional, se sometieron al gobierno del Ing. Fujimori, apoyando su autoritarismo y corrupción, a cambio de dinero proveniente de nuestros impuestos y entregado a espaldas de la ciudadanía. No queremos que esta situación se repita, por ello, consideramos importante debatir de forma pública y determinar

puntos de consenso entre el Poder Legislativo, la sociedad civil y los medios de comunicación de alcance local, regional y nacional, para normar aquellos aspectos que sean necesarios.

Ratificamos que los derechos a la información, a la libre expresión y a la comunicación son fundamentales para defender y exigir otros, como el derecho a salud, educación, vivienda, trabajo digno, justicia, alimentación, etc.”²

Posteriormente, el 3 y 4 de marzo se realizó, en el Centro Cultural de la PUCP, el Seminario Internacional “Comunicación y Democracia”. El encuentro tuvo el objetivo de analizar las posibilidades y límites del sistema mediático con relación al fortalecimiento de la democracia en el Perú y discutir alternativas de política pública orientadas a promover un mayor pluralismo político y sociocultural en el ámbito de las comunicaciones sociales, tomando como referencia los aportes de la política y legislación comparadas. En este seminario fue fundamental la presencia y experiencia de los invitados extranjeros: Omar Rincón, de la Fundación Ebert; Guillermo Mastriani, de la Universidad Nacional de Quilmes y Gustavo Gómez, del Observatorio Latinoamericano sobre Regulación, Medios y Convergencia. En forma paralela se realizó un taller sobre políticas públicas en él se perfilaron los puntos centrales para una agenda de la comunicación en el Perú.

Luego, el 25 de junio, un grupo de representantes de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), encabezados por la presidenta de ese organismo, Elizabeth Ballantine, e integrado por sus antecesores Edward Seaton, Raúl Kraiselburd, Danilo Arbilla, y Claudio Paolillo, actual presidente de la Comisión de Libertad de Prensa e Información, llegaron al país para recoger información acerca del debate sobre la Concentración de Medios. Ellos recibieron la plataforma de 10 puntos elaborada por el Foro por el Derecho a la Comunicación.

El 16 de agosto se realizó la II Jornada de Comunicación y Democracia en la sede de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya (UARM), organizada por la Red de Comunicadores Indígenas del Perú (REDCIP), Servindi, la Organización Nacional de Mujeres Indígenas Andinas y Amazónicas del Perú (ONAMIAP), la Escuela de Periodismo de la UARM y la Coordinadora Nacional de Radio

² Puede verse el comunicado del colectivo en: <http://forocom.pe/?p=80>



Indignación ciudadana contra la “televisión basura”

(CNR). En este escenario, algunos miembros del Foro por el Derecho a la Comunicación presentamos los diez puntos de la agenda. El diálogo fue fructífero pues se evidenció la carencia de un enfoque intercultural en la propuesta. Merced a este señalamiento, el planteamiento del foro se enriqueció y se incluyó un nuevo punto.

El 23 de noviembre, Edison Lanza, relator especial para la Libertad de Expresión de la Organización de Estados Americanos (OEA), participó en el conversatorio sobre Libertad de Expresión y Derecho a la Comunicación organizado por la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Universidad Católica y el Foro por el Derecho a la Comunicación, ya constituido como colectivo. El encuentro buscó discutir propuestas para democratizar y pluralizar las comunicaciones en el país y con ello consolidar el sistema democrático nacional. En el diálogo, Lanza recibió el documento “Propuestas para una Comunicación Democrática en el Perú”.

La naturaleza del FXDC

El Foro por el Derecho a la Comunicación se define como un colectivo democrático, abierto y que promueve el cambio y la participación. Es un movimiento que se reúne en torno a una propuesta por una comunicación democrática con

una agenda común, pública, ciudadana, descentralizada, abierta y plural, en el que participan universidades, ONG, organizaciones sociales, estudiantes, comunicadores, medios, gremios, etc. de todo el Perú.

En esa línea, recoge diversas experiencias de comunicación en el Perú y alienta la discusión y el debate sobre la libertad de expresión y el derecho a la comunicación. También pretende sistematizar estas prácticas y establecer acuerdos entre ciudadanos y ciudadanas a fin de generar propuestas de políticas públicas de comunicación en el país.

Los principales animadores de nuestra propuesta son la Coordinadora Nacional de Radio (CNR), los Servicios de Comunicación Intercultural (SERVINDI), los Artesanos de la Comunicación, la Asociación Nacional de Periodistas del Perú (ANP), la Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC-ALC), Red TV, WACC América Latina, entre otras organizaciones reunidas a partir de una iniciativa de debate académico propuesto por la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la PUCP, a la que se ha sumado también la Escuela de Periodismo de la Universidad Antonio Ruiz de Montoya. Nuestro movimiento se suma a una serie de ex-

perencias sociales en torno al debate de la democratización de la comunicación en diferentes países de América Latina, las que podrían ser consideradas como precursoras o inspiradoras del Foro por el Derecho a la Comunicación constituido actualmente en el Perú.

Estas experiencias surgen en este nuevo milenio, a decir de María Soledad Segura (2008), de la mano de múltiples organizaciones sociales que consideran a la comunicación como un bien social, un servicio público y un derecho. Estas agrupaciones se vinculan con la democracia y el desarrollo social, por lo que impulsan cambios en el sistema de medios. Nacen, además, en alianza con otros actores sociales que “proponen la democratización de las relaciones sociales en diversos ámbitos como el Foro Social Mundial, y frente a Estados, organizaciones supranacionales y empresas, como en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.”

El caso más emblemático de los últimos años se relaciona con la discusión sobre la Ley Servicios de Comunicación Audiovisual No 26.522, de Argentina, en la que tuvo una protagónica actuación la Coalición por una Radiodifusión Democrática (que agrupa a 300 organizaciones sociales). Similar experiencia se produjo en Uruguay. En Chile, tenemos el trabajo de la Mesa de Ciudadanía y TV Digital, en el que se confirma como dice Chiara Saez Baeza (2003), que en el campo de la comunicación la concepción de las políticas públicas -por parte de los actores políticos chilenos- excluye una perspectiva de interés público en su desarrollo y no considera la sociedad civil como parte de la generación de la política, sino solo como un beneficiario pasivo.

Propuestas para una Comunicación Democrática en el Perú

Luego de un proceso de discusión y construcción colectiva, la agenda propuesta del Foro por el Derecho a la comunicación está enfocada en los siguientes temas³:

1. LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO HUMANO. La titularidad del derecho a la comunicación y de la libertad de expresión está en los ciudadanos y ciudadanas. Implica que las personas y los diversos grupos sociales tengan la capacidad y los medios para expresar información, opiniones y visiones de la realidad, y ten-

gan acceso –a su vez- a diversas fuentes de información y opinión. El derecho a la comunicación es un fin u objetivo en sí mismo, pero es también un medio importante para garantizar y ampliar otros derechos y libertades de carácter político, social y económico.

2. PLURALIDAD DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Se debe garantizar la pluralidad de medios de comunicación y la convivencia equitativa de al menos tres tipos de medios definidos según sus objetivos o fines, la propiedad y la gestión: Medios comerciales, Medios públicos y Medios comunitarios. Ello supone generar condiciones legales y económicas para la igualdad en el acceso a la propiedad de medios impresos, así como de autorizaciones de radio y televisión analógica y digital, abierta y por suscripción -cable y satelital- a nivel local, regional y nacional. En este sentido, señalamos la necesidad de revisar el plan maestro de televisión digital. Las herramientas de política pública orientadas a promover el pluralismo pueden ser reservas específicas del espectro radio-eléctrico, un trato preferencial para estaciones comunitarias y educativas, así como la dotación de fondos públicos para grupos sociales excluidos y marginados: indígenas, trabajadores, mujeres, jóvenes, LGTBI, entre otros, que promueven experiencias de comunicación educativa y comunitaria.

3. LÍMITES A LA PROPIEDAD Y CONTROL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA EVITAR LA CONCENTRACIÓN. Para garantizar la pluralidad y diversidad de medios, voces y visiones de país, se requiere limitar la concentración horizontal de medios de comunicación y también la propiedad cruzada o concurrente. Sin embargo, en la prensa escrita no existen normas que limiten la concentración, en tanto que en la radio y en la televisión los límites existentes han permitido la configuración de oligopolios que limitan la diversidad de voces en el espacio público y político. Actualmente, en el Perú, un operador puede acceder hasta un 20% de las autorizaciones disponibles por localidad y banda en la radio y hasta un 30% en el caso de la televisión. Así

³ Puede verse las propuestas del colectivo en: <http://forocom.pe/>

mismo, no existen límites para la propiedad cruzada.

4. SISTEMA DESCENTRALIZADO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. El sistema mediático es altamente centralizado. Los grupos y conglomerados mediáticos nacionales e internacionales con predominio en el país, producen y distribuyen contenidos desde Lima y tienen, además, una participación dominante en el mercado publicitario. Se debería diseñar políticas públicas orientadas a fortalecer a los medios regionales y locales mediante incentivos económicos (publicidad estatal, fondos para producción local) y normativos (límites a las licencias otorgadas a un operador y a la cobertura de difusión de programación por el mismo operador), con el fin de generar mayor producción local en radio, televisión abierta y televisión por suscripción (por cable y satelital).

5. MEDIOS PÚBLICOS. Implica diseñar marcos institucionales que permitan la conformación de directorios plurales y autónomos de los gobiernos de turno y dotar de financiamiento público a los medios de propiedad estatal (sean estos nacionales, regionales o locales); de manera que cumplan un rol de servicio público y sean expresión de la diversidad política, social y cultural regional y local existente en el Perú.

6. LA PUBLICIDAD ESTATAL COMO MECANISMO PARA PROMOVER EL PLURALISMO Y LA DIVERSIDAD. Se debe regular la publicidad estatal a cargo del gobierno central y de los gobiernos regionales y locales, de forma que se cumpla con los principios de transparencia, eficiencia, eficacia, equidad y descentralización. Hoy en día, se aplican criterios vinculados a una medición de audiencias técnicamente cuestionable y parcial y predominan, en algunos casos, relaciones cliente-

lares que establecen autoridades y agencias públicas con diversos medios y periodistas.

7. UNA AUTORIDAD AUTÓNOMA DE RADIO Y TELEVISIÓN. Se requiere contar con un órgano regulador autónomo y descentralizado del sector radio y televisión (digital, abierta y pagada o por suscripción) y con la participación de la sociedad civil organizada. El órgano regulador debe tener como facultades principales: otorgar, renovar y revocar licencias; promover la transparencia en el sector; organizar concursos de fondos públicos para investigaciones relacionadas con el sector; promover la producción independiente; realizar una auditoría de los procesos de otorgamiento y renovación de frecuencias para identificar irregularidades cometidas por administraciones anteriores en los últimos diez años. Actualmente, la administración de las frecuencias de radio y televisión (digital), recae en el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y ha tenido históricamente un manejo discrecional y clientelar.

8. ACCESO GRATUITO Y EQUITATIVO DE LOS PARTIDOS Y MOVIMIENTOS POLÍTICOS A FRANJAS ELECTORALES. Se debe garantizar, en períodos de campaña electoral, el acceso de los partidos y movimientos políticos a franjas de publicidad electoral en radio y en televisión financiadas por el Estado, de manera que se garantice el derecho ciudadano a conocer las diferentes propuestas de gobierno -nacional, regional y local- y el derecho de los diferentes grupos políticos a comunicar sus propuestas a los y las electoras. Las franjas electorales deben incorporar espacios para organizaciones civiles orientadas a la observación electoral y educación ciudadana.

9. GARANTÍAS PARA LAS Y LOS PERIODISTAS, COMUNICADORES COMUNITARIOS E

INDÍGENAS. El respeto y la promoción del derecho a la comunicación implican garantizar la libertad de pensamiento y de expresión de los y las periodistas, a través de la figura de la cláusula de conciencia, mecanismo orientado a proteger su trabajo frente a cambios editoriales que violenten unilateralmente los acuerdos contractuales. Supone, además, garantizar los derechos laborales de los periodistas, comunicadores comunitarios e indígenas, sus vidas y condiciones de seguridad para el cumplimiento de sus labores en zonas de conflictividad social y violencia. Se debería dotar, así mismo, de fondos públicos a organizaciones de periodistas y comunicadores independientes para promover el trabajo de investigación y fiscalización de la gestión pública.

10. TRANSPARENCIA EN LA INDUSTRIA DE LAS COMUNICACIONES. Se debe promover la transparencia en cuanto a la propiedad y el control de los medios de comunicación, especialmente para identificar posibles conflictos de interés en el tratamiento de los asuntos públicos y de los mecanismos de acceso a autorizaciones para operar en medios de comunicación.

11. DERECHO A LA COMUNICACIÓN PARA LAS COMUNIDADES INDÍGENAS. El Estado peruano debe garantizar el derecho a la comunicación para las comunidades indígenas, reconociendo su capacidad para establecer sus propios medios de comunicación en sus idiomas de origen y a acceder a todos los demás medios de información no indígenas sin discriminación. Además, debe adoptar medidas eficaces para asegurar que los medios de información públicos reflejen debidamente la diversidad cultural indígena. Sin perjui-

cio de la obligación de asegurar plenamente la libertad de expresión, deberá alentar a los medios de información privados a reflejar debidamente la diversidad cultural del Perú. Todo esto, adecuado a lo que establece el convenio 169 de la OIT y lo que declara el artículo 16 de la Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas.

El futuro

Los once puntos de la agenda que el Foro ha logrado concertar entre sus diferentes participantes obviamente no reflejan la amplitud y complejidad de una agenda de derecho a la comunicación. La agenda está abierta y podrá nutrirse en la medida que se amplíe la participación a otros actores y organizaciones que sean representativos de la diversidad de sociedad civil, no necesariamente relacionados con la actividad en medios de comunicación.

Nos referimos a: sectores sociales y políticos; comunidades indígenas; colectivos LGTBI; ambientalistas; organizaciones de mujeres; comunicadores, periodistas y productores independientes; sectores laborales; personas con discapacidad; organizaciones juveniles, entre otros, como bien lo plantea en el último comunicado “Hacia una comunicación plural y diversa. Un debate necesario de cara a las elecciones generales 2016”⁴

Pero además tiene el desafío de hacer que el derecho a la comunicación en el Perú, se convierta en un tema de la agenda pública y sensibilizar a la ciudadanía del problema público que significa. El esfuerzo deberá plantearse una estrategia que descentralice el debate hacia las regiones para evitar que la discusión se quede instalada solo en la capital. La coyuntura electoral que se avecina podría ser favorable para que esto suceda.

⁴ Puede verse las propuestas del colectivo en: <http://forocom.pe/>