

DIEZ RECOMENDACIONES SOBRE LA TRANSPARENCIA DE LOS DUEÑOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

4 de noviembre de 2013

Estas recomendaciones establecen la estructura para asegurar la transparencia de los dueños de los medios de comunicación. Se basan en un estudio de las leyes y la práctica en 20 países desarrollado por Access Info Europe y el Programa de la Open Society sobre Periodismo Independiente.

En un sistema democrático de medios resulta esencial que la información relativa a los dueños de los medios de comunicación esté disponible de manera rigurosa, completa y actualizada. Por un lado, resulta imposible plantear medidas para evitar la concentración de medios y conflictos de interés sin las herramientas para identificar quiénes son sus dueños; por otro lado, el hecho de que esa información sea pública, es decir, al alcance de cualquier ciudadano, ayuda a asegurar que cualquier abuso de poder por parte de los medios sea evaluado, publicitado, debatido abiertamente e incluso puede ser evitado.

Estas recomendaciones proponen la implementación de un sistema obligatorio que obligue a publicar en cada país la información sobre los dueños de los medios de comunicación audiovisuales, impresos y digitales. Todas estas entidades deberían estar obligadas a remitir a un organismo de control nacional toda la información necesaria para permitir dar a conocer la identidad de los beneficiarios últimos de los medios de comunicación, hasta llegar a saber qué personas físicas que hay detrás. Esta información debería ser publicada de manera gratuita y actualizada de manera regular en una base de datos central.

La investigación llevada a cabo revela que en la mayoría de los países las obligaciones legales en esta materia son insuficientes para poder conocer con detalle quiénes son los dueños y las influencias que existen detrás de las empresas mediáticas. Las recomendaciones que aquí se exponen son una propuesta para mejorar la publicación de esta información y para definir el rol previsto para los organismos de control, que sería esencialmente el de asegurar que esta información se recoja y se publique abiertamente.

El objetivo de estas recomendaciones no es tanto promover un modelo legal o una estructura concreta a implementar en cada país, pero sí el resultado que debería obtenerse, que es que tanto los reguladores como el público puedan saber quiénes son realmente los dueños y los que, por lo tanto,

Para más información contactar con: Victoria Anderica, Access Info Europe Campaigner |
email: victoria@access-info.org | tel: + 34 91 365 65 58

Access Info Europe <http://www.access-info.org/>

On the Open Society Program on Independent Journalism
<http://www.opensocietyfoundations.org/about/programs>



controlan los medios de comunicación.

RECOMENDACIONES

Para asegurar que todo el mundo conoce quiénes son realmente los dueños de los medios de comunicación, los marcos legales de cada país deberían asegurar:

1. La transparencia de los dueños de comunicación a través publicación y de la remisión a un organismo nacional de control de la **información que se considera básica**, que es la siguiente:

- Nombre y detalles para contactar con el medio en cuestión.
- Documentos de constitución (vía link a una web o escaneados y subidos a la web si fuera necesario).
- Número y tamaño de los accionistas, solo para que aquellos accionistas que posean más de un 5% de acciones.
- El nombre y detalles de contacto de los dueños que posean más de un 5% de acciones.
- Información sobre la ciudadanía y la residencia de aquellos individuos que posean más de un 5% de las acciones.
- País donde tienen domicilio las empresas que poseen más de un 5% de las acciones.
- La identidad de los beneficiarios últimos cuando las acciones se poseen en representación de otros, por ejemplo vía un agente de bolsa.

Además de lo mencionado, resulta esencial que los medios publiquen la fuente de sus ingresos para poder identificar posibles fuentes de influencia sobre los contenidos que se publican. Para ello deben publicar sus cuentas y sus informes de auditorías cumpliendo con los estándares internacionales más avanzados.

Cualquier cambio que se produzca en la propiedad de los medios y en el reparto de acciones debe ser puesto en conocimiento del medio de comunicación de manera inmediata y del organismo de control en un máximo de 10 días.

2. La información debe ser fácil de encontrar y gratuita:

- La información sobre los dueños de los medios de comunicación debería estar claramente identificada y fácilmente accesible en la página web del organismo de control y/o del gobierno central.
- La información sobre los dueños de los medios de comunicación en formato electrónico debería ser accesible de manera gratuita. El coste de acceder a dicha información en un formato físico debería equivaler al coste real de copias y entrega y, en cualquier caso, nunca debería ser tan alto que disuada a aquellos que quieran obtener la información.
- La información sobre la propiedad de los miembros de comunicación que se publique en cumplimiento de la ley de medios deberá ser por sí sola suficiente para identificar a los dueños de los medios de comunicación sin necesidad de tener que verificar en otros registros, como por ejemplo en el Registro Mercantil.

3. La información debe ser actualizada con frecuencia: Toda la información debe ser publicada tanto en la web del organismo regulador como en la web del medio:

- Al menos a los 10 días laborables del comienzo de la emisión o de la publicación.
- Deber ser actualizada al menos una vez al año.
- Al menos a los 10 días laborables tras un cambio en el accionariado o en los dueños del medio.

El organismo de control debe actualizar el registro *online* a tiempo real cuando actualice su base de datos interna.

4. La información debe ser publicada en formatos abiertos y debe ser libremente reutilizable: El organismo regulador debe asegurar que toda la base de datos con la información sobre los dueños de los medios de comunicación esté disponible sin ningún límite a la reutilización, como pueden ser tasas, licencias o límites por propiedad intelectual.

Esta base de datos deberá estar disponible cuando sea posible en formatos abiertos y se permitirá su descarga de la web del órgano regulador. Si hay documentos originales relacionados con la información, estos deben ser escaneados y vinculados a la base de datos

5. Propuesta de un progresivo aumento de los niveles de transparencia: Aquellos países que ya aseguren un mínimo de transparencia deben seguir avanzando hacia mayores compromisos, obligando a la publicación de la siguiente información sobre los dueños que posean más del 5% de las acciones de las empresas mediáticas:

- Los dueños de los medios deben declarar los intereses que tienen en otros medios.
- Los dueños de los medios deben declarar los intereses que tienen en otras empresas.
- La posición que ocupa cualquiera de los dueños en un partido político o su trabajo en como empleado público.

- La relación familiar que une entre sí a los dueños de los medios de comunicación.

6. Transparencia de las influencias sobre los medios: Para entender con más detalle quiénes son los dueños, pero también quién controla los medios de comunicación, la siguiente información también es fundamental:

- Altos cargos de las empresas, por ejemplo los directores, editores y redactores jefe...
- Detalles sobre el peso de los votos en los casos en los que estos no estén distribuidos de manera igualitaria entre los accionistas, así como las actas de las reuniones anuales que deben incluir el detalle de los votos emitidos.

7. Propuesta de un marco legal claro y preciso: Sin importar que la regulación sobre la transparencia de los medios de comunicación esté recogida en una sola norma o en varias, lo realmente clave es que los procesos para proporcionar la información no sean excesivamente tediosos para los medios y que el contenido que se encuentre en las distintas normas no se contradiga entre sí.

La definición de las categorías de los medios que deben aplicar estas normas debe ser clara, especialmente con los medios impresos y digitales, para que aquellos que deben cumplir con este deber puedan fácilmente determinar cuáles son sus obligaciones y cómo cumplir con las mismas. La definición deberá tener en cuenta el volumen de circulación para evitar cargas demasiado pesadas sobre las publicaciones pequeñas o sobre páginas webs con poca influencia, y sobre todo para no confundir la propiedad de un medio de comunicación con el ejercicio de la libertad de expresión (a través de un blog, por ejemplo).

8. Organismo independiente encargado de controlar: Un organismo independiente de control que podría ser el organismo regulador nacional que está al cargo de supervisar el registro de los medios audiovisuales. Este órgano podría ser el encargado, otorgándole los recursos suficientes, de velar por el correcto cumplimiento de las normas sobre transparencia de los medios de comunicación. Para ello:

- Este organismo debe poder imponer sanciones a las empresas mediáticas que no cumplan con sus obligaciones de transparencia o que publiquen información falsa.
- Las sanciones por incumplimiento deberán ser suficientes en un contexto nacional para incentivar la transparencia, tendrán en cuenta el nivel de recursos con los que las empresas mediáticas cuentan y se aplicarán de manera proporcional.
- El nombramiento, mandato, funciones y poderes del organismo de control serán diseñados con el objetivo de definir su independencia del Gobierno. Las leyes que regulen la aplicación de sanciones deberán asegurar que no podrán ser impuestas por razones políticas y deberán establecer unos mecanismos de recursos efectivos y rápidos.
- Los poderes del organismo de control en relación con la transparencia de los medios de comunicación deberán estar limitados a la imposición de sanciones proporcionales por

no enviar de manera correcta y a tiempo la información. En ningún caso este organismo puede tener poder alguno para interferir en el contenido editorial.

9. Información pública y accesible para la sociedad: Los medios de comunicación deberán publicar la misma información que envíen al organismo de control para que esta sea accesible para el público.

- La información sobre los dueños de los medios de comunicación deberá estar fácilmente accesible y encontrable en la web. Los detalles de la web y de los links deberán ser indicados en las publicaciones o las portadas de las webs.
- El organismo de control también debería publicar toda la información en una base de datos centralizada que sería accesible de manera gratuita.
- Esta información deberá estar publicada de manera permanente, gratuita y en formatos abiertos y reutilizables. Se establecerán una serie de estándares de publicación para que los datos sean completos y para facilitar la comparabilidad de los datos entre países.

10. Acceso a la información y comparabilidad a nivel transnacional: La Unión Europea y el Consejo de Europa deberían complementar los mecanismos nacionales de transparencia de los medios de comunicación creando un sistema a través del cual se recopilen y publiquen datos a nivel nacional para los tres sectores de los medios de comunicación (audiovisual, impreso y digital).