

Pluralismo estructural o externo en el sistema de medios de comunicación de Chile

Javier García García

Introducción

Al referirnos al pluralismo de los medios de comunicación, se incluyen distintas finalidades y enfoques. Una de las aproximaciones más extendida para abordar la noción de pluralismo se basa en la utilización de la dicotomía externa/interna, dependiendo de si tiene que ver con los contenidos publicados o difundidos al interior del medio de comunicación o si alude a la estructura del sistema mediático existente en un país.

Por ello mismo, el pluralismo externo también es denominado pluralismo estructural, es referencia a las características del ecosistema de medios o empresas informativas existentes e independientes entre sí, a través de los cuales se difunden una pluralidad de ideas y corrientes de opinión.

Esta aproximación al pluralismo tradicionalmente se ha abordado desde una concepción liberal de la libertad de expresión, particularmente a partir de la doctrina del “mercado de las ideas”, que se refiere a la libertad de elección del ciudadano entre una pluralidad de fuentes informativas que se ofrecen a través de medios de comunicación autónomos entre sí, cada uno de los cuales cuenta con una determinada línea editorial o ideológica.

Este enfoque regulatorio de mercado promueve la eliminación de barreras al desarrollo de la actividad, maximizando el número de actores y controlando la concentración de la propiedad de medios para lograr la existencia del pluralismo informativo en una sociedad.

Sin embargo, la existencia de un amplio número de medios no es una condición suficiente para alcanzar el pluralismo. Para que esto ocurra estos medios deben presentar posturas diferentes, contrapuestas o independientes entre sí ya que, como indica la Corte Interamericana de Derechos Humanos “el pluralismo de ideas en los medios no se puede medir a partir de la cantidad de medios de comunicación, sino de que las ideas y la información transmitidas sean efectivamente diversas”¹. Asimismo se requiere que el público tenga un acceso a distintas fuentes, temas y protagonistas con informaciones y opiniones de carácter opuesto o diferenciado, las cuales reflejen la diversidad presente en la sociedad.

En el presente informe se aborda la situación del pluralismo informativo externo en Chile en la prensa, la radio y la televisión en abierto. Para ello se toma en consideración tanto la variedad en el número de medios y actores, como sus distintas tipologías, ya sea respecto a su finalidad (comercial, educativa, etc.), el alcance geográfico (nacional, regional o local) o la titularidad de la propiedad del medio (privado, público, de organizaciones comunitarias o indígenas).

¹ Corte IDH (2015). Caso Granier y otros (Radio Caracas Televisión) vs. Venezuela sentencia de 22 de junio de 2015. Párr. 170.

1. El sistema de medios en Chile desde la perspectiva del pluralismo externo

1.1. Marco normativo vigente

El numeral 12 del artículo 19 del texto constitucional relativo a la libertad de expresión, establece que “toda persona natural o jurídica tiene el derecho de fundar, editar y mantener diarios, revistas y periódicos, en las condiciones que señale la ley”. En el caso de los medios de radio y televisión que requieran de la utilización de un recurso limitado como el espectro radioeléctrico, necesitarán de una autorización para transmitir, ya que en estos casos no existe un derecho *per se* a utilizar una frecuencia. En el ámbito de la televisión, la Constitución permite un alto grado de intervención pública, facultando al órgano legislativo para determinar qué personas o entidades pueden establecer, operar y mantener estaciones de televisión.

Respecto del pluralismo externo, el artículo 19.12 de la Constitución contiene una prohibición expresa respecto del monopolio estatal sobre los medios de comunicación social². Esta regla anti-monopolios se extiende a los particulares en conexión con la libertad de mercado que establece el artículo 19.21³.

La Ley N° 19.733 sobre las libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo, conocida como “Ley de Prensa”, es la norma destinada a la regulación de la actividad periodística y los medios escritos y contiene algunos aspectos que también resultan de aplicación a la actividad de radio y televisión.

En su artículo 3° vincula el pluralismo del sistema informativo y la diversidad social, cultural, política y regional del país con el aseguramiento de la libertad de crear y mantener medios de comunicación social. Asimismo establece algunas medidas, como la asignación preferente de la publicidad de campañas públicas de ámbito local a medios de comunicación social regionales, provinciales o comunales; recursos para la realización de estudios sobre el pluralismo en el sistema informativo nacional (art. 4); así como un sistema de control preventivo de las operaciones de concentración de los medios de radio y televisión que prestan su actividad mediante una concesión (art. 38).

El régimen de acceso a la radiodifusión sonora se encuentra dentro de la Ley N° 18.168 General de Telecomunicaciones y se destina principalmente a establecer los requisitos y procedimientos de asignación de frecuencias, así como el régimen sancionador, sin referirse a otros aspectos como el pluralismo. También existe una normativa especial que regula la radiodifusión comunitaria y ciudadana (Ley N° 20.433), que reserva un segmento del espectro para servicios operados por entidades sin ánimo de lucro, contribuyendo de esta manera al aumento de la diversidad de medios y facilitando el acceso a la comunicación a grupos y temáticas que no tienen presencia a través de la radiodifusión comercial.

² La ley en ningún caso podrá establecer monopolio estatal sobre los medios de comunicación social

³ El derecho a desarrollar cualquiera actividad económica que no sea contraria a la moral, al orden público o a la seguridad nacional, respetando las normas legales que la regulen

La regulación de la televisión, de mayor densidad que la de radiodifusión sonora, se encuentra contenida en la Ley Nº 18.838 que crea el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), sin perjuicio del régimen especial de funcionamiento que la Ley Nº 19.132 establece para la empresa pública Televisión Nacional de Chile. La Ley Nº 18.838 establece algunas medidas destinadas a fomentar el pluralismo, tanto interno como externo. Para garantizar la existencia de una pluralidad de operadores e impedir el acaparamiento de concesiones, se prohíbe que un mismo operador pueda tener más de una concesión por zona de servicio, a excepción de TVN (art. 15). Respecto a la diversidad de operadores, se diferencia entre concesionarios según ámbito geográfico: nacional, regional, local o local-comunitario (art. 15 ter.); y también respecto de su titularidad y finalidad, al prever la existencia de tres sectores, televisión pública, comercial y comunitaria sin finalidad lucrativa.

1.2. Marco institucional

Corresponde a la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL), organismo dependiente del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, la aplicación de la normativa en materia de radiodifusión sonora. Dentro de sus funciones se incluye la planificación del espectro, la elaboración de las bases de los llamados a concurso de radios, así como la decisión respecto de la adjudicación de las concesiones, que se realiza mediante criterios objetivos, utilizando el sorteo como el principal mecanismo para designar al ganador entre los que cumplieron los requisitos técnicos y formales. En el ámbito de la televisión su participación es más acotada y se limita a la elaboración de las bases técnicas para las frecuencias a adjudicar por el CNTV, también entrega informe respecto de los proyectos técnicos presentados por los postulantes al concurso.

El Consejo Nacional de Televisión (CNTV) es un órgano de rango constitucional que tiene carácter autónomo y composición colegiada. Su misión es velar por el correcto funcionamiento de todos los servicios de televisión, tanto en abierto como por cable o satelital. Respecto de las concesiones de televisión en abierto, el CNTV es el órgano competente para la elaboración de las bases de los concurso y de la selección entre solicitantes, mediante la valoración de los proyectos financiero y de programación.

La Ley de Prensa incorpora, en su artículo 38, la participación de Fiscalía Nacional Económica (FNE) en el control previo de todas las operaciones de modificación o cambio en la propiedad de un medio de comunicación social, lo que implica que la FNE emite un informe, referido únicamente al efecto sobre la competencia económica, sin el cual no resulta posible efectuar cambios en la titularidad de las concesiones de radio o televisión. En caso que el informe sea desfavorable, el asunto se elevará al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC).

Para el sector de medios de comunicación, como ocurre con el resto de sectores económicos, resulta de aplicación el control de concentraciones previsto en la normativa de defensa de la libre competencia (DFL 1). También puede ocurrir que la operación no consista en un cambio de titularidad del medio de comunicación, sino solo un cambio en el control del medio, en cuyo caso se podría eludir el control preventivo previsto en la Ley de Prensa ya mencionado, siendo de aplicación lo dispuesto en la DFL 1, que solo se aplica a operaciones que superan determinados umbrales de ventas.

1.2. Situación en el sector de la prensa

Según el informe de 2015 de la Asociación de Agencias de Medios en Chile existen cerca de 100 títulos de diarios y más de 400 de revistas en todo el país, si bien la crisis de ingresos del sector está provocando la desaparición de algunos de estos medios. Respecto de los diarios, 8 tienen cobertura nacional y 7 de ellos pertenecen a grandes grupos editoriales. Tras la desaparición del diario La Nación en 2010, la totalidad de los diarios impresos pertenecen a empresas privadas. En la siguiente tabla se muestra su composición, así como cifras de lectoría y de inversión publicitaria.

Tabla 1: Diarios nacionales

Conglomerado	Diarios nacionales	Lectoría 2019 N=2.103.749	Lectoría % nacional 2019	Inversión publicitaria % (2017)
Grupo El Mercurio	El Mercurio	322.176	15,3	47,8
	Las Últimas Noticias	271.972	13	
	La Segunda	33.412	1,6	
	Hoy x Hoy (gratuito)	253.008	12	
Grupo COPESA	La tercera	271.588	12,9	35
	La Cuarta	264.144	12,6	
	La Hora (gratuito)	306.105	14,5	
Grupo Metro	Publmetro (gratuito)	381.344	18,1	10,8
Resto diarios	s/i	s/i	s/i	6,4

Elaboración propia a parte de datos Valida (2019) y Becerra, Mastrini (2017)

Las cifras muestran un elevado grado de concentración, por una parte por el reducido número de conglomerados empresariales involucrados (apenas 3), así como por el poder de mercado que presentan dos de los grupos, El Mercurio y COPESA (La Tercera), generando una situación de duopolio.

A esta situación hay que agregar que El Mercurio controla 35 diarios de difusión local a lo largo de todo Chile así como varias revistas⁴, siendo la empresa editorial más importante desde la época de la dictadura, tanto por el número de medios que controla, como por el número de lectores y el volumen de ingresos por publicidad. Es, además, el mayor receptor de ingresos de publicidad estatal.

La concentración del mercado de la publicidad en los diarios de ámbito nacional repercute negativamente en la sostenibilidad de medios de carácter regional y local, que cuentan con menos recursos económicos para competir con los conglomerados de medios.

El nivel de concentración que presentan El Mercurio y COPESA en el sector de la prensa escrita es de los más altos de América Latina, solo comparable al de Perú. Ambos grupos también tienen

4 Ver <https://grm.cl>

presencia en el sector de la radiodifusión sonora y en otros mercados, como el inmobiliario, financiero, retail, alimentos y agrícola (Becerra y Mastrini, 2017).

Las críticas al duopolio de la prensa no se limitan a denunciar la excesiva concentración de la propiedad de los medios, sino que también alertan de la uniformidad de la línea editorial de los medios de ambos conglomerados.

En una reciente investigación relativa a las posturas editoriales de los diarios chilenos se constató “una tendencia hacia un comportamiento homogéneo entre cinco medios estudiados, especialmente entre los dos diarios de referencia, El Mercurio y La Tercera. Los diarios chilenos tienden a ser muy similares al enjuiciar al responsable, siempre equilibrando rechazo con aceptación y constantemente menos críticos del gobierno que de los actores civiles”⁵.

María Olivia Mönckeberg, en su libro de 2009 “Los magnates de la prensa” también se refiere a los paralelismos en la línea editorial de los medios que conforman este duopolio afirmando que “su alto nivel de uniformidad ideológica, que en lo económico se expresa en un alto nivel de compromiso con el modelo neoliberal, y en lo cultural en un fuerte conservadurismo valórico, de modo que cuando actúan como avisadores, utilizan la inversión publicitaria como una herramienta para fortalecer a aquellos medios que les son más afines”. Por su parte, Sunkel y Geoffroy (2001: 115) destacan que la concentración en el sector de la prensa en Chile no sólo es de carácter económico, sino también constituye un “monopolio ideológico”.

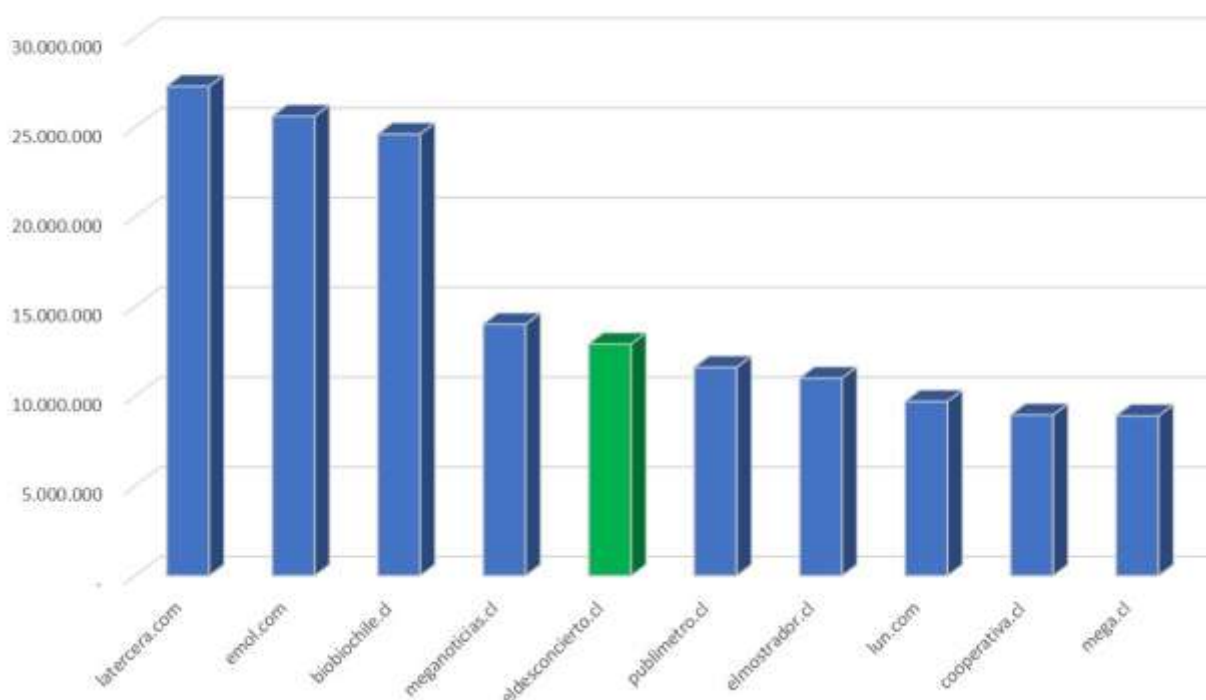
En el entorno digital el número de actores y la diversidad editorial es mucho mayor que en el impreso. Se destaca el medio digital del Grupo BioBio, así como los independientes El Desconcierto y El Mostrador, dos de los nuevos medios digitales con mayor número de usuarios. Sin embargo, la presencia del duopolio se ha proyectado también en el ámbito digital y en el consumo de noticias por parte de los internautas chilenos. Según un estudio de Patricia Peña para OBSERVACOM, “dos servicios del Grupo Mercurio (Emol.com y Lun.com) acumularon un 51% del acceso de usuarios que buscan o reciben noticias o información, manteniendo el lugar destacado que tienen la conformación de la agenda informativa del país, también en los medios digitales”⁶.

5 Proyecto FONDECYT N° 1110306. Gronemeyer, María Elena y Porath, William (2017). Tendencias de la posición editorial en diarios de referencia en Chile. el arte de dosificar la crítica frente a la actuación de los actores políticos. Disponible en <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2017000100008>

⁶ Peña, Patricia (2020), ¿Hay concentración en Internet en América Latina? – El caso Chile (inédito)

Los 10 Medios de Chile con Más Usuarios Únicos en Internet - Abril de 2020

Fuente: Similarweb (www.similarweb.com)



1.3. Situación en el sector de la radio

En el ámbito de la radiodifusión sonora el número de actores y la diversidad es mucho mayor que el existente en la prensa y en la televisión. Tomando como referencia el registro de la SUBTEL, en 2019 se contabilizaban un total de 2.269 concesiones de radiodifusión en Frecuencia Modulada y 1.112 titulares de concesiones. Sin embargo estas cifras no se corresponden con el número real de medios radiales existentes, ya que muchos medios requieren de varias concesiones para alcanzar una cobertura regional o de todo el país, siendo necesario aglutinar concesiones de distintas localidades que después transmiten la misma programación en cadena. Por el contrario, las radios de ámbito local o comunitario suelen disponer de una única concesión para desarrollar su actividad y menor cobertura territorial, por lo cual a igual número de emisoras “matrices”, el impacto y audiencia que tienen éstas es mucho menor, porque sólo cubren una o varias localidades y una población reducida.

En la siguiente tabla, junto con el número de concesiones y titulares se muestran cuántas concesiones se corresponden con distintos tipologías de medios, en cuando a las características del titular de la concesión o su finalidad (privado, público y comunitario).

Tabla 2: Concesiones de radiodifusión por tipo de medio

Tipo de medio	Número concesionarios	Número de concesiones
Público	17	21
Privado	693	1846
Comunitario	402	402

Total	1.112	2.269
-------	-------	-------

Elaboración propia a partir de datos SUBTEL 2019

Una de las características del sector de la radio es el carácter residual del sector de emisoras públicas, tanto en número como en la incidencia. Existen 4 universidades estatales que son titulares de 8 concesiones, siendo la radio de la Universidad de Chile la de mayor relevancia por sus cifras de audiencia (similares al de las radios comerciales). Además, 13 municipalidades cuentan con su propia emisora de radio.

Las radios comunitarias suponen un número significativo de concesiones 402 (un 18 % del total de las concesiones en la banda de frecuencia modulada o FM), que se corresponde con idéntico número de concesionarios, al no poder estos contar con más de una concesión. Las concesiones de radiodifusión comunitaria cuentan con un alcance geográfico muy reducido, su potencia de transmisión está limitada a 20W de transmisión. En consecuencia, se trata de emisoras de pequeñas dimensiones y alcance, así como un nivel de audiencia muy reducido. Otro aspecto a destacar es el escaso número de concesiones destinadas a comunidades u organizaciones de pueblos originarios, que han sido englobadas dentro de la categoría de “radiodifusión comunitaria”.

También existe un número significativo de radios de carácter religioso, tanto de la Iglesia Católica, - que cuenta con 21 radios-, como de los distintos credos evangélicos, destacando el caso de Radio Armonía tanto por el número de concesiones e implantación territorial, como por su audiencia.

La mayor parte de las concesiones, así como las más valiosas por su ubicación y características técnicas, son utilizadas por radios de carácter comercial que pertenecen a distintos holdings empresariales. El principal conglomerado radiofónico (con 12 emisoras y 202 concesiones) es el Grupo Latino de Radiodifusión Chile SpA (GLR), controlado por el grupo PRISA de España. Sólo una de sus radios está orientada a la información, el resto son radios musicales.

Tabla 3: Concentración en radiodifusión sonora FM

Holdig	Concesiones FM N=1867	Audiencia 2017	Inversión publicitaria %
GLR-Iberoamerican	202	43,6	38,2
Bio-Bio	56	0-10%	10-20%
Armonía (religiosa)	52	0-10%	s/i
Megavisión (Bethia)	50	16,8	12,7
Agricultura	11	0-10%	0-5%
Cooperativa	38	5,2	14,5
Montecarlo -Mercurio?	40	0-10%	0-5%
Copesa-Dial	3	7,7	10,2
Canal 13	9	10,0	9,3

Fuente: Subtel 2019 y FNE 2019

La tabla refleja, por un lado, cómo un número limitado de grupos de empresas ha logrado acaparar un número significativo de frecuencias. Sin embargo, no existe una correlación entre el número de concesiones y cifras de audiencia e inversión publicitaria. Esto es debido a la existencia de concesiones de distinto alcance, donde las que se encuentran en las principales ciudades abarcan cubren un mayor territorio y población.

A diferencia de lo que ocurre en televisión, en el ámbito de la radio no se han previsto topes generales que limiten el acaparamiento de concesiones. Para preservar la competencia el TDLC estableció medidas especiales para el principal grupo de empresas, GLR, que fueron aplicadas durante la operación de compra que este grupo realizó en 2007. Las medidas de mitigación han consistido en el desprendimiento de determinadas concesiones en las localidades donde se consideró afectación a la competencia, así como la imposición de un sistema de control *ex ante*, que requiere consulta previa tanto para la obtención como para la renovación de concesiones⁷. En la actualidad, estas medidas se encuentran en proceso de revisión por parte del TDLC⁸.

1.4. Televisión en abierto

La digitalización de la televisión ha supuesto una ampliación de las capacidades del espectro radioeléctrico, permitiendo el otorgamiento de nuevas concesiones. Al respecto, la Ley N° 20750 de 2014 introdujo una reserva del 40% de las concesiones disponibles tras la transición analógica digital para destinarla a señales regionales, locales y locales comunitarias, así como a las culturales y educativas. Este porcentaje es ampliable por decisión del CNTV⁹. Esta medida garantiza un mínimo de diversidad en la distribución del espectro, pero no cambia la preponderancia de la televisión de ámbito nacional, y sus efectos por el momento son muy limitados. Su aplicación es incipiente, como muestra la falta de implantación de las frecuencias destinadas a señales culturales o educativas.

En el ámbito de la televisión es donde más destaca la existencia de medios públicos, particularmente por la presencia de Televisión Nacional. Si bien TVN es un medio de propiedad del Estado, carece de financiación pública por lo que su modelo de financiación es similar al de las televisiones comerciales (ingresos por publicidad), lo que ha repercutido en que sus contenidos y formatos sean similares a los que ofrecen los principales canales privados. Existen otros medios públicos, de universidades y municipalidades, pero su presencia es residual. Desde 2014, tras la Ley N° 20750, no se permite que las municipalidades y sus corporaciones accedan a concesiones de televisión. Los órganos públicos que no cuenten con personalidad jurídica propia, como la Cámara y el Senado, tampoco pueden obtener concesiones¹⁰.

Desde 2018 existen canales de televisión comunitaria, pero su número es muy reducido (apenas 5), así como su alcance de emisión y su audiencia. Por otra parte, hasta el momento no existe ninguna señal de televisión en abierto destinada o gestionada específicamente a pueblos originarios.

7 Resolución N° 20/2007 del TDLC.

8 Rol 461-2019 TDLC, Consulta de Grupo Latino de Radiodifusión SpA para que se revoquen o dejen sin efecto las medidas de mitigación N°1 y N° 2 impuestas por la Resolución N°20 de 2007.

9 Art. 50 Ley 20.750.

10 Art. 18 Ley 18838, que en su texto original de 1989 no incluía estas restricciones.

Tabla 4. Concesiones de televisión por tipología de prestador (2019)

	Nacional	Regional	Local
Público	1 (TVN)	3 (Universidades públicas)	13 Municipalidades y 1 Universidad
Privado	5	37	62
Comunitario	0	0	5
Total televisiones	6 nacionales	40 regionales	121 locales

Elaboración propia a partir de datos CNTV (2019)

La televisión de libre recepción, así como la radiodifusión sonora, se configuran mediante concesiones de ámbito local, a partir de las cuales se pueden articular canales de ámbito regional y nacional. Como se puede constatar en la siguiente tabla, hay un predominio de la televisión de ámbito nacional, a la que se destina la mayor parte de las concesiones de frecuencias disponibles. Asimismo, las televisiones nacionales acaparan la mayor parte de la audiencia y de los ingresos publicitarios.

Tabla 5. Concentración en televisión

Canal	Nº concesiones N=905	Audiencia 2019 %	Ingresos publicidad 2017 %
TVN	238	17,3	25
Canal 13	202	19,8	18
Chilevisión ¹¹	115	22,4	16
Megavisión	134	31,2	29
La Red	22	5,3	s/i
Telecanal	12	2	s/i
TV regional	79	2	s/i
TV local	70		s/i
TV comunitaria	5		

Elaboración propia a partir de CNTV (2019), Kantar Ibope (2019) y Becerra y Mastrini (2017)

Si bien esta configuración podría experimentar cambios conforme al lanzamiento de las segundas señales previstas con el proceso de digitalización, la mayor parte de televisiones nacionales y

¹¹ La Universidad de Chile cuenta con 28 concesiones, aunque se encuentran arrendadas a un operador privado, motivo por el cual no han sido incluidas en apartado de medios públicos.

regionales han optado por utilizar el remanente de la digitalización en régimen de autoexploración, cerrando de esta forma una vía de entrada a nuevos operadores¹². No obstante la Universidad de Chile ha llegado a un acuerdo con Chilevisión para difundir un canal universitario a través de su segunda señal, lo que permitirá aumentar el pluralismo televisivo¹³.

1.5. Grado de concentración de los sectores analizados

Desde la perspectiva del análisis de la competencia, los medios de comunicación comerciales se caracterizan por ser mercados de demanda bilateral o de dos lados, en los que se compite por atraer a dos tipos de clientes, auditores/espectadores y captación de publicidad. Esta bilateralidad es especialmente relevante en el caso de los diarios de distribución gratuita, así como la radiodifusión sonora y la televisión en abierto o de libre recepción, por tratarse de actividades en las que el público no paga por el servicio que reciben, sino que son la base para atraer al segundo tipo de clientes (los avisadores) que dan a conocer sus productos a través de espacios publicitarios.

Para determinar la concentración en todo tipo de mercados, los órganos de competencia en Chile utilizan de manera preferente el denominado Índice de Herfindhal Hirschman (IHH), que se calcula sumando los cuadrados de las participaciones de mercado de los diversos actores. Según la FNE, un índice que oscila entre 1500 y 2500 refleja un mercado moderadamente concentrado, mientras que si se supera el umbral de 2500 se considera que el mercado altamente concentrado, dando lugar a un sistema de control en el que se analiza en profundidad las operaciones de adquisición o control de empresas¹⁴.

En la siguiente tabla se muestra el IHH resultante en los dos mercados relevantes (audiencia y avisaje de ámbito nacional), en cada uno de los sectores analizados.

Tabla 6: Índices de concentración 2019

Sector	IHH audiencia	IHH inversión publicitaria
Diarios	3.646	4.116
Radio	2.320	1.587
Televisión	2.368	3.350

Fuente: elaboración propia a partir de Breull (2020) y FNE (2019)

El IHH en el sector de diarios supera ampliamente el umbral que define la existencia de un mercado altamente concentrado. Lo mismo ocurre con el mercado de la publicidad en televisión. El resto de mercados relevantes quedan dentro del umbral de los moderadamente concentrados. El sector de la radiodifusión sonora es el que presenta un menor índice de concentración, sin embargo es donde

12 La normativa permite la posibilidad que los actuales operadores de TV arrienden parte del espectro a terceros, mediante ofertas no discriminatorias

13 <https://www.uchile.cl/noticias/170992/u-de-chile-anuncia-recuperacion-de-su-senal-de-television>

14 Cabe señalar que las variaciones en los índices de concentración de un mercado pueden también ser el resultado de la desaparición de un agente del mercado, como ha ocurrido en la prensa con el cierre del diario la Nación, sin que necesariamente se produzca una intervención del FNE para preservar la competencia

más intenso ha sido el control de los organismos de competencia, si bien esto se explica por la posición dominante que ha adquirido el conglomerado GLR.

Hay que considerar que los organismos de competencia utilizan distintos métodos para analizar los mercados relevantes, en función de los cuales determinan en qué circunstancias debe procederse a analizar un mercado y si la intervención se realiza sólo en el caso de existir una operación que modifica el mercado o por la propia evolución de la distribución de cuotas de mercado entre los distintos agentes. En la siguiente figura se muestra una comparación entre los resultados obtenidos utilizando tres tipos de índices diferentes: el IHH -utilizado preferentemente en Chile-, el CR1 -que analiza la importancia del agente principal-, y el CR4 -que refleja porcentualmente la concentración atendiendo a la situación e importancia de las cuatro mayores empresas que operen en un mismo mercado-.

Síntesis indicadores de concentración por industria de medios (Rojo = Concentración alta - Azul = Concentración Media Alta)												
	TV Free 2019		Radio *2020		Diarios 2019		Revistas 2019		Digital 2019		Vía Publi 2019	
	Audiencia	Publicidad	Audiencia	Publicidad	Lectoría	Publicidad	Lectoría	Publicidad	Audiencia	Publicidad	Audiencia	Publicidad
Índice Concentration Ratio (Primer grupo operador)	33 (Grupo Bethia)	51 (Grupo Bethia)	43 (Grupo Prusa)	n.d.	44 (Grupo El Mercurio)	53 (Grupo El Mercurio)	36 (Grupo Televisa)	26 (Grupo Claro)	14 (Grupo Estado de Chile)	n.d.	n.d.	28 (Grupo J.C. Decaux)
Índice Concentration Ratio (Primeros cuatro grupos operadores)	94	94	76	n.d.	100	100	78	90	56	n.d.	n.d.	82
Índice Herfindahl-Hirschman (Sobre base 10.000)	2368	3350	2320	n.d.	3646	4116	2067	2162	1238	n.d.	n.d.	1975

Fuente: Breull (2020).

Lo más significativo es que el índice CR4 arroja resultados de concentración más elevados que los que presenta el IHH por lo que, en consecuencia, las medidas adoptadas por los organismos de competencia podrían variar e implicar la adopción de medidas de mitigación.

1.6. Concentración multimedial

Los grandes conglomerados de comunicación en Chile han utilizado distintas estrategias para ir acaparando (y consolidando) su poder en el mercado. En el presente informe se aborda principalmente la concentración horizontal, pero también se ha producido proceso de concentración multimedial, integración en conglomerados internacionales de tipo vertical, así como mediante la operaciones de carácter multisectorial en otros sectores de la economía -especialmente en los casos de Copesa, Luksic, Bethia y El Mercurio-, de forma que algunos de sus avisadores son empresas que forman parte de sus propios conglomerados. Por lo tanto el análisis del fenómeno de la

concentración y el pluralismo en los medios de comunicación debería considerar también estos aspectos, así como la uniformidad editorial y la exclusión de determinados grupos, así como sus discursos, del espacio público de comunicación.

En la siguiente tabla se muestra la presencia en distintos sectores de los principales conglomerados de comunicación en los distintos sectores mediáticos.

Tabla 7: Concentración multimedial

Grupo	Diarios	Radio	TV pago y abierta	Revistas	Digital	Total
El Mercurio	38			16	34	91
COPESA	2			13	22	39
GLR (Prisa)		10			10	20
Bethia		5	4		8	17
Canal 13		4	4		7	15

Fuente: elaboración propia a partir de Breull (2020)

2. Antecedentes respecto al debate del tema en Chile

2.1. Iniciativas parlamentarias

En la actualidad se encuentran en fase de tramitación una serie de proyectos de ley que tienen relación con el pluralismo en el sistema de medios. Se trata de proyectos presentados por congresistas que, en la mayoría de los casos no cuentan con patrocinio del Gobierno, o carecen de respaldo suficiente en las cámaras del Congreso Nacional, por lo que existen pocas probabilidades de que sean aprobados.

Por ejemplo, uno de ellos ha propuesto que un mismo titular no pueda contar en una misma zona geográfica de cobertura de más del 10% de las concesiones de radiodifusión sonora, ni un 5% del espectro de la totalidad del país¹⁵.

Con respecto a la creación de medios de comunicación públicos existe un proyecto para modificar la Ley N° 18.838 con el objeto de reconocer la titularidad de concesiones de radiodifusión televisiva de libre recepción de cobertura local a los municipios y a las corporaciones y fundaciones municipales¹⁶, así como otro destinado a dotar a las Cámaras del Congreso Nacional de frecuencias de televisión¹⁷.

Otras iniciativas se dirigen a eliminar restricciones que limitan el acceso a financiación de los medios comunitarios, modificando la ley N° 20.433 que crea los servicios de radiodifusión comunitaria

15 Boletín 11050-15, Senado de Chile

16 Boletín 10797-19, Senado de Chile

17 Boletín 13635-07, Senado de Chile

ciudadana, ya sea para eliminar la prohibición de emitir publicidad o propaganda electoral o política¹⁸, o para reducir las exigencias para difundir menciones comerciales¹⁹.

2.2. Casos en instancias internacionales

Las carencias de financiación de los medios independientes, o que no pertenecen a los dos grandes conglomerados de la prensa, en la asignación de publicidad estatal o pública fue planteada por la revista Punto y Final ante la FNE y el TDLC, quienes no consideraron que supusiera una restricción a la competencia. Esta postura fue confirmada por la Corte Suprema que, en su sentencia de 22 de abril de 2010, desestimó el recurso al considerar que no se probó la existencia de afectación a la libre competencia. La Corte indicó que “acceder a las peticiones de este recurso conllevaría instalar a favor de algunos medios de prensa una discriminación positiva, la que corresponde ser declarada por una ley y la carencia de esa norma, no puede ser suplida mediante la utilización sesgada del avisaje estatal en pos de apoyar -aun reconociendo la legitimidad de esta pretensión- una mayor diversidad informativa”. Cabe destacar que la citada revista desapareció en 2018 ante la falta de recursos, si bien su caso se encuentra pendiente de pronunciamiento por parte de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (Petición Nº 1492-10), que deberá pronunciarse respecto si el sistema de asignación de publicidad pública vulnera la libertad de expresión.

La situación de discriminación de las radios comunitarias también ha sido objeto de discusión en sede judicial. Tras denegar los tribunales de Chile el recurso de Radio Estrella del Mar por restricciones arbitrarias y discriminatorias al acceso de electricidad en la isla de Melinka, el asunto fue conocido por la CIDH que en su Informe Nº 48/16 (caso Millar Silva y otros vs Chile) declaró la vulneración de la libertad de expresión de los peticionarios y la existencia de trato discriminatorio a radio Estrella del Mar respecto de los medios comerciales.

Entre las obligaciones derivadas de la garantía de no repetición, el Estado de Chile se comprometió a establecer una mesa de trabajo para superar prácticas discriminatorias en la aplicación de la Ley Nº 20.433, así como la implementación de programas de fomento de la radiodifusión sonora ciudadana en las Regiones X y XI (con énfasis en Chiloé y Guaitecas).

3. Estándares internacionales de relativos al pluralismo externo

3.1. Acción positiva del Estado para promover el equilibrio de voces

Las libertades de expresión y de opinión son consideradas derechos indispensables para el desarrollo de la persona y una piedra angular de todas las sociedades libres y democráticas. Para preservar estas libertades los tratados internacionales de derechos humanos han establecido limitaciones a las restricciones a su ejercicio²⁰. La Corte Interamericana de Derechos Humanos (Corte IDH) ha puesto un especial énfasis en la importancia del pluralismo y la diversidad en los medios de comunicación

18 Boletín 12856-15, Senado de Chile

19 Boletín 9853-15, Senado de Chile

20 Vid. Artículo 19 de Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Artículo 13 Convención Americana de Derechos Humanos y Artículo 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos.

para el ejercicio pleno y universal del derecho a la libertad de expresión, indicando que “los medios de comunicación social juegan un rol esencial como vehículos para el ejercicio de la dimensión social de la libertad de expresión en una sociedad democrática, razón por la cual es indispensable que recojan las más diversas informaciones y opiniones”²¹.

De los derechos reconocidos en los principales tratados internacionales se desprende tanto el deber negativo del Estado de no interferencia en ciertos contenidos como de obligaciones positivas para proveer un marco normativo adecuado para garantizar el pluralismo y la diversidad.

En este sentido, la jurisprudencia de la Corte IDH se ha referido al deber estatal de garantizar el máximo pluralismo y diversidad en el debate público²², destacando que “la pluralidad de medios o informativa constituye una efectiva garantía de la libertad de expresión, existiendo un deber del Estado de proteger y garantizar este supuesto, en virtud del artículo 1.1 de la Convención, por medio, tanto de la minimización de restricciones a la información, como por medio de propender por el equilibrio en la participación, al permitir que los medios estén abiertos a todos sin discriminación, puesto que se busca que “no haya individuos o grupos que, a priori, estén excluidos”²³.

3.2. Pluralidad de actores vs concentración de la propiedad de los medios

Los órganos del sistema internacional de protección de DDHH se han referido en reiteradas ocasiones respecto de la amenaza que plantea la creciente concentración de la propiedad y el control de los medios de comunicación, por cuanto impiden la existencia de la pluralidad de voces necesarias en una sociedad democrática²⁴. La CIDH, en su Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión estableció que los “monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes anti-monopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos”. De forma similar, el Comité de Derechos Humanos, en su Observación General Nº 34, indica que los Estados partes deberían adoptar medidas adecuadas “para impedir un excesivo predominio o concentración de los medios de comunicación por grupos mediáticos bajo control privado, en situaciones monopolísticas que pueden menoscabar la diversidad de fuentes y opiniones”²⁵.

La concentración de la propiedad de los medios de comunicación conduce a la uniformidad de contenidos que éstos producen o difunden, por lo tanto resulta indispensable la actuación de los Estados para prevenir la concentración indebida de medios de comunicación o la propiedad cruzada de los mismos, ya sea horizontal o vertical. En este sentido la Corte IDH señala que la libertad de expresión se puede ver también afectada sin la intervención directa de la acción estatal “por ejemplo, cuando por efecto de la existencia de monopolios u oligopolios en la propiedad de los medios de comunicación, se establecen en la práctica ‘medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones’”²⁶.

21 Ver Corte IDH. Caso Granier y otros (Radio Caracas Televisión) vs. Venezuela. Párr. 142.

22 Ver Corte IDH. Colegiación Obligatoria de Periodistas; Caso Granier y otros (Radio Caracas Televisión) vs. Venezuela.

23 Corte IDH (2015). Caso Granier y otros (Radio Caracas Televisión) vs. Venezuela. Párr. 142.

24 Ver las Declaraciones Conjuntas de las Relatorías de Libertad de Expresión de ONU, OEA, OSCE y CADH.

25 Comité DDHH (2011). Párr. 40.

26 Corte IDH (1985). Párr. 56.

3.3. Diversidad de voces: tipos de medios audiovisuales

La Corte IDH ha destacado que el pluralismo de ideas en los medios no se puede medir a partir de la cantidad de medios de comunicación, sino de que las ideas y la información transmitidas sean efectivamente diversas y estén abordadas desde posturas divergentes sin que exista una única visión o postura, por lo que se requieren una diversidad de medidas que garanticen una variedad de tipos de medios de comunicación, las fuentes y el contenido²⁷.

Los Relatores de la Libertad de Expresión de todo el mundo, en su Declaración Conjunta de 2007, se refieren a la naturaleza compleja de la diversidad, que debería incluir la diversidad de medios de comunicación (tipos de medios) y de fuentes (propiedad de los medios), así como la diversidad de contenido (producto de los medios), destacando la importancia de un ecosistema de medios que contenta tanto una variedad de tipologías – comerciales, de servicio público y comunitarios – así como diferente alcance – local, nacional, regional e internacional –.

En este sentido, tanto el Comité de DDHH como la CIDH han indicado que en los servicios audiovisuales con limitación de número hay que asignar en forma equitativa el acceso y las frecuencias entre las empresas de radio y televisión públicas, comerciales y de la comunidad²⁸. Asimismo la Corte IDH ha resaltado que “es necesario asegurar la representación de “una diversidad de visiones o posturas informativas o de opinión”, para ello la asignación y renovación de frecuencias de radio y televisión que se lleven a cabo “deberán estar encaminados a fortalecer el pluralismo informativo”²⁹.

La regulación de la radio y televisión debe contribuir a que todos los sectores puedan competir en igualdad de condiciones, garantizando para ello reglas especiales que permitan el acceso de grupos tradicionalmente marginados del proceso comunicativo³⁰. Desde esta perspectiva, la imposición de restricciones hacia determinados tipos de medios de comunicación -como la radiodifusión comunitaria- en cuanto a contenidos, cobertura territorial o acceso a fuentes de financiamiento, sin un argumento suficiente, objetivo y razonable, que persiga una finalidad legítima ajustada a la Convención Americana no sólo resulta discriminatoria³¹, sino que además tendrá efectos negativos sobre el pluralismo.

4. Algunas reflexiones y recomendaciones para promover el pluralismo externo en Chile

4.1. Concentración, diversidad y pluralismo

27 Corte IDH (2015). Párr. 394.

28 Comité DDHH (2011) y CIDH (2009).

29 Corte IDH (2015). Párr. 394.

30 CIDH (2009). Párr. 29.

31 CIDH (2009). Párr. 115.

En resguardo del pluralismo, la regulación de los medios de comunicación en Chile se ha enfocado principalmente en su dimensión externa, facilitando la creación de medios y la configuración de un ecosistema con una pluralidad de agentes de carácter privado. Sin embargo, las medidas para evitar el acaparamiento del poder del mercado han sido escasas e inefectivas³², en consecuencia, las principales empresas de comunicación han ido aumentando el número de medios y frecuencias bajo su control.

El crecimiento de la oferta de más medios de comunicación no se ha traducido en un aumento del pluralismo sino en la configuración de mercados oligopólicos, donde un número reducido de empresas informativas tienen un gran poder de influencia respecto del debate público.

Distintos informes han alertado que la concentración indebida de la propiedad de los medios supone una amenaza para el pluralismo³³, siendo necesario el establecimiento de medidas para enfrentar esta tendencia. El enfoque tradicional para el control de la concentración se ha centrado en el establecimiento de límites *ex ante* a la acaparación de frecuencias y el control de los mercados por parte de las autoridades de defensa de la libre competencia. En el caso de Chile estas medidas han mostrado ser insuficientes, por lo que resulta necesaria su revisión.

Ahora bien, el control de la concentración y las medidas de libre competencia en el sector de los medios presenta límites. En primer lugar porque este control no se dirige a resguardar el pluralismo o la libertad de expresión, sino que su objetivo es garantizar la libertad de empresa, de tal forma que la protección al pluralismo se produce de forma indirecta, al impedir la configuración de monopolios. En segundo lugar, este enfoque no tiene en consideración si los distintos agentes presentan diferencias en su línea editorial y si los distintos agentes del mercado responden a la diversidad y heterogeneidad de la sociedad, por lo que la existencia de un mercado competitivo no garantiza *per se* el pluralismo externo. Por lo tanto, resulta necesario un mandato específico para resguardar el pluralismo, que vaya más allá del control de concentraciones y considere las particularidades de los medios de comunicación y su impacto en la libertad de expresión.

En distintas investigaciones se ha identificado una tendencia a la homogeneidad de agendas y de contenidos informativos en los medios de comunicación en Chile³⁴, las principales empresas se comportan de forma similar en la configuración de su oferta programática y compiten por la misma audiencia y anunciantes, lo que contribuyen a la uniformidad y falta de diversidad. En este sentido resulta necesario combinar las medidas de control de la concentración con medidas destinadas a fomentar la diversidad en los tipos de medios de comunicación.

A continuación se exponen algunas ideas orientadas a promover tanto la pluralidad como la diversidad de medios.

32 Anguita, P. y Labrador, M. J. (2019). "Pluralismo y libre Competencia en el mercado de la televisión y radiodifusión: el caso chileno". Revista de Comunicación 18 (1), Universidad de Piura, Perú.

33 Entre otros Becerra y Mastrini (2017) y UNESCO (2014).

34 Ver Gronemeyer y Porath (2017) respecto a Diarios, y el resultados del Proyecto "Medición multidimensional del pluralismo informativo en la TV nacional abierta" en <https://pluralismotv.org/resultados/> y <https://www.elmostrador.cl/cultura/2020/07/15/estudio-academico-revela-que-tv-chilena-es-centralista-de-poca-fuente-y-uniforme-politicamente/>

4.2. Políticas públicas de comunicación

Diseñar un sistema de medios públicos no gubernamentales basado en los estándares internacionales y que considere medios de distinto ámbito geográfico (nacional y regional), que cuente con financiación mixta de forma que no opere bajo la lógica comercial, que sea administrado por un órgano independiente del Gobierno de turno y cuente con participación y fiscalización ciudadana.

Medidas de fomento hacia los medios comunitarios y de pueblos originarios, con acceso a las distintas plataformas de difusión, incluyendo apoyo con recursos económicos. En el caso de los pueblos originarios aplicar la asignación directa de frecuencias radioeléctricas atendiendo a su derecho sobre el territorio reconocido en los tratados internacionales en la materia.

4.3. Reformas normativas

Revisión del marco institucional para asegurar que tanto la regulación de la radio como la televisión cuenten con una autoridad independiente y libre de injerencias del poder político y empresarial.

Modificación del control preventivo de operaciones de concentración de medios de comunicación, previsto en el artículo 38 de la Ley de Prensa, para re-incorporar el pluralismo informativo como bien jurídico a proteger.

Establecer el pluralismo como uno de los criterios principales para adjudicar concesiones de radio y televisión. Existen varias fórmulas para aumentar tanto la cantidad como la diversidad de operadores, como otorgar mayor puntuación a radios que no disponen de concesión en esa zona de servicio, o a quienes proponer una oferta de contenidos diferente a los operadores existentes. En el ámbito de la televisión se debería promover que una parte de las segundas señales se asigne a concesionarios con medios de terceros, en lugar de mediante explotación por parte de su titular, permitiendo de esta forma la entrada de nuevos operadores.

Derogar el carácter indefinido de las 271 concesiones de radio que tienen esa característica y equipar sus condiciones de renovación al resto del sector, así como revisar los criterios de renovación de concesiones de radio y televisión, restringiendo la aplicación del derecho preferente a la renovación por parte del titular con carácter, no siendo de aplicación cuando no exista espectro para nuevos operadores.

Establecer el pluralismo como uno de los criterios principales para adjudicar concesiones de radio y televisión. Existen varias fórmulas para aumentar tanto la cantidad como la diversidad de operadores, como otorgar mayor puntuación a radios que no disponen de concesión en esa zona de servicio, o a quienes proponer una oferta de contenidos diferente a los operadores existentes. En el ámbito de la televisión se debería promover que una parte de las segundas señales se asigne a concesionarios con medios de terceros, en lugar de mediante explotación por parte de su titular, permitiendo de esta forma la entrada de nuevos operadores.

4.4. Actuación de los organismos públicos

Aumentar los recursos públicos destinados a medios regionales y locales, tanto mediante subsidios como a partir de la asignación de un mayor porcentaje de la publicidad estatal .

Aumentar el porcentaje de espectro radioeléctrico reservado a televisiones locales, comunitarias y educativo-cultural previsto en el artículo 50 Ley del CNTV.

Simplificar los procedimientos y requisitos en los concursos para radios y televisoras comunitarias, adaptados a su realidad y sin que se requieran inversión en informes técnicos, entre otras exigencias que significan obstáculos indirectos a su derecho a fundar medios de comunicación.

Transparentar la información relativa a la propiedad de las concesiones, incorporando al catastro, aquellos datos sobre los medios que controla cada uno de los conglomerados.

Desarrollar informes e investigaciones por parte de los organismos con competencias en materia de medios de comunicación, a modo de ejemplo:

(a) incorporar el pluralismo informativo como uno de los temas de interés prioritario dentro del Fondo de estudios pluralismo de CONICYT;

(b) informe o estudio en profundidad, a cargo del CNTV, sobre el pluralismo externo en televisión, que además de identificar actores y datos sobre concentración, incorpore el análisis de la línea editorial;

(c) informe de la FNE que analice las particularidades de la libre competencia en el sector de los medios de comunicación y su conexión con el pluralismo.

4.5. El debate de la nueva Constitución

En 2021 Chile comenzará la elaboración de una nueva Constitución a cargo de una Convención Constituyente. En el debate público previo la discusión ha estado centrada por aspectos relativos a los derechos sociales), pero cabría esperar que durante la elaboración del texto, las cuestiones relacionadas con la libertad de expresión, el pluralismo y la regulación de los medios de comunicación alcancen mayor protagonismo.

En estos momentos se desconoce si esta Convención habilitará alguna instancia formal para incorporar la participación ciudadana en el proceso constituyente mediante cabildos, iniciativas populares u otras fórmulas. En cualquier caso, sea mediante cauces formales o a través del debate público, es deseable la realización de foros y la elaboración o compilación de documentos que resulten insumos útiles para la discusión.

En este escenario, el presente documento, así como los restantes relativos a otras expresiones del pluralismo podrían servir como punto de inicio de una conversación con más actores, donde podamos discutir cómo éstas y otras recomendaciones pueden traducirse en propuestas constitucionales.

Bibliografía

Anguita, P. y Labrador, M. J. (2019). "Pluralismo y libre Competencia en el mercado de la televisión y radiodifusión: el caso chileno". Revista de Comunicación 18 (1), Universidad de Piura, Perú.
Disponible en: <http://dx.doi.org/10.26441/RC18.1-2019-A1>

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2017). La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015). Universidad Nacional de Quilmes: Buenos Aires. ISBN 978-987-558-464-8.
Disponible en: <https://www.observacom.org/wp-content/uploads/2019/09/La-concentracion-infocomunicacional-en-América-Latina-2000-2015.pdf>

Breull, Luis (2020). Informe Especial. Concentración de medios amenaza a la democracia. Disponible en: <https://lamiradasemanal.cl/informe-especial-concentracion-de-medios-amenaza-a-la-democracia-por-luis-breull/>

Breull, Luis (2015). "Concentración de medios en Chile". Departamento de Estudios del Consejo Nacional de Televisión. Chile. Disponible en: <https://www.cntv.cl/debate-concentracion-de-medios-en-la-industria-televisiva-chilena/cntv/2016-11-29/122746.html>

Comité DDHH de Naciones Unidas, CDU (2011). Observación general Num. 34, Artículo 19 Libertad de opinión y libertad de expresión de 12 de septiembre de 2011 (CCPR/C/GC/34). Disponible en: https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrc/docs/CCPR.C.GC.34_sp.doc

Comisión Interamericana de Derechos Humanos, CIDH (2009). Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente. OEA/Ser.L/V/II 30 de diciembre de 2009.
Disponible en: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/publicaciones/>

Gronemeyer, María Elena; Porath, William (2017). Tendencias de la posición editorial en diarios de referencia en Chile. El arte de dosificar la crítica frente a la actuación de los actores políticos.
Disponible en <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2017000100008>

Mönckeberg, María Olivia (2009). Los magnates de la prensa.

Sunkel, Guillermo; Geoffroy, Esteban (2001). Concentración económica de los medios de comunicación.

Unesco (2014), Situación regional en América Latina y el Caribe. Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios, Montevideo, Unesco.

Normativa

Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones

Ley N° 18.838 que crea el Consejo Nacional de Televisión.

Ley N° 19.131 que modifica Ley N° 18.838.

Ley N° 19.132 establece para la empresa Televisión Nacional de Chile.

Ley N° 19.733, sobre las libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo.

Ley N° 20.433, que crea la radiodifusión comunitaria y ciudadana.

Ley N° 20.750, que permite la introducción de la televisión digital terrestre.

Jurisprudencia

Corte IDH (2015). Caso Granier y otros (Radio Caracas Televisión) vs. Venezuela sentencia de 22 de junio de 2015.

Corte IDH (1985). La Colegiación Obligatoria de Periodistas (Arts. 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos). Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985.