

San José, 26 de abril de 2005
Oscar Aguilar
aguibulg@racsa.co.cr

Señores
Diputados
Asamblea Legislativa

Estimado Señores Diputados:

Reciban un respetuoso saludo. A raíz de la propuesta de los diputados Aiza Campos y Toledo, para que los medios de comunicación, especialmente la radio y la televisión, destinen un espacio para la emisión de mensajes de los partidos políticos, en tiempo de campaña electoral; se han dicho una serie de mentiras y falacias, que vale la pena clarificar y, por eso, quiero suministrarles alguna información y mi punto de vista, como ciudadano.

A) Se dice que la propuesta afecta económicamente a las empresas.

Veamos, durante el año 2003, las dos principales cadenas de televisión del país facturaron $\$42.149^{00}$ millones de colones (cuarenta y dos mil millones!), según la Revista Actualidad Económica y la Revista EKA, en su número de octubre de 2004, ubica a dos de los dueños de una de esas empresas, entre las 100 personas más exitosas (léase adineradas) del país. Sabe usted, señor diputado, cuánto pagan estas empresas anualmente al Estado, por el uso de esas frecuencias, que son de TODOS los costarricenses, para hacer tan extraordinario negocio?, NADA!, ni un centavo!, gracias a la obsoleta Ley de Radio, sobre la cual la Sala IV oculta un Recurso de Inconstitucionalidad, que tiene dictamen favorable de la Procuraduría General de la República y se niega a darle trámite, ¿Por qué?. Aún así, se quejan por un pequeño espacio cada cuatro años, que según los defensores de los medios, afectara ese enorme negocio de miles de millones anuales!. Y qué plantean como propuesta: que el Estado les pague!, es decir, que les aumente sus jugosas ganancias.

B) Cómo se invierte la pauta publicitaria nacional en los principales medios?. Según la Revista Actualidad Económica en el año 2003, se distribuyó así:

Medios Impresos:

La Nación, y su grupo editorial: concentra el 84.00% de la inversión en medios escritos, o sea $\$42.404$ millones de colones (cuarenta y dos mil cuatrocientos cuatro millones de colones), y quien más se les acerca es el diario Extra, con $\$2.902$ millones (dos mil novecientos dos millones), es decir, casi CUARENTA MIL MILLONES MENOS!.

Televisión:

Canal 7:	$\$21.356$ millones	47.40%
Canales de Repretel:	$\$20.793$ millones	46.15%
SINART:	$\$2.898$ millones	6.43%

Como puede observarse, la diferencia es enorme entre los canales comerciales y el SINART, a pesar del 10% asignado por ley, de la publicidad estatal. Pero además, tómesese en cuenta que el SINART disminuyó su facturación con respecto al año 2002, en un 25% y va de mal en peor. ¿Por qué?, no debería esto investigarse?, pues significa más de mil millones de colones.

Principales Cadenas de Radio:

Grupo Monumental: (Propietario Oscar Arias Sánchez)	¢4.202 millones	50%
Omega:	¢2.723 millones	32%
Columbia:	¢1.266 millones	15%
Otras:		3%

Cómo es posible entonces, que ante esta gran concentración de millonarios ingresos y ganancias, con base en la concesión de frecuencias por las que no pagan nada, o muy poco como en el caso de la radio AM, no haya la posibilidad de que, por lo menos, paguen algo cada cuatro años, para financiar la publicidad política?. Lo que no se dice es que, cada cuatrienio, además de la publicidad comercial, estos medios obtienen jugosos contratos publicitarios de los principales partidos políticos.

- C) Don Rolando Laclé, diputado por quien tengo profundo afecto y sincera amistad personal, presentó un proyecto de ley para que sea el SINART, quien asuma la tarea de divulgar la publicidad de los partidos. No estoy de acuerdo con don Rolando por lo siguiente: 1) no es cierto que esta labor deba ser solo del SINART; por qué los medios privados no pueden propiciar también la pluralidad democrática?, por qué mientras los canales comerciales reciben más de 42.000 millones de colones al año por su comercialización, debe ser el SINART el que, con un presupuesto estatal, que ha sido de un poco más de 500 millones anuales, el que debe hacerse cargo de la tarea?; por qué proteger tanto el enriquecimiento, no ilícito pero sí injusto, de unos pocos?. Por qué el SINART con una “ochentava” parte de los ingresos de las poderosas televisoras privadas, debe ser quien asuma solo esta responsabilidad?. No podrían las televisoras privadas restar un poco de tiempo a los ombligos, siliconas y novelas de baja calidad, para dedicarlo a la democracia y la verdadera libertad?.

Los argumentos que se esbozan con relación a la afectación de la libertad de comercio y la economía de las empresas, evidentemente, son tan falsos, como falaz el que dice que se afectará la libertad de expresión; por qué?, si por el contrario serán más las voces que opinen, y no solo las “oficiales” de los dueños de los medios, sus grupos de interés, y sus “gurues” de la globalización y el TLC.

Dejemos de lado el temor a los medios de comunicación, demos pasos firmes hacia la reconquista de nuestra democracia, que no podrá subsistir a la tiranía que nos está imponiendo un pequeño grupo, pero muy poderoso, de medios de comunicación.

De ustedes atentamente

Dr. Oscar Aguilar Bulgarelli
Cédula 1-310-065
Ciudadano sin afiliación partidista.