

Promover y defender la libre competencia a través de los medios

Mónica Salamanca M.

Jefa del Departamento de Relaciones Institucionales

Fiscalía Nacional Económica de Chile

*IV Reunión Anual del Grupo de Trabajo sobre Comercio
y Competencia de América Latina y El Caribe (GTCC)*

Punta Cana, República Dominicana

5 y 6 de noviembre de 2014

La Fiscalía Nacional Económica de Chile (FNE) es un servicio público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, independiente de todo organismo o servicio. Se encuentra sometida a la supervigilancia del Presidente de la República a través del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo.

En el contexto chileno no es sólo su independencia la que transforma a la Fiscalía Nacional Económica en un organismo atípico. También su discreto perfil mediático ha dotado a esta institución de un sello particular, que sorprende a muchos.

Lo anterior, porque estar presente en los medios de comunicación no es un objetivo *per se* para la FNE. La máxima apunta a lograr una presencia mediática discreta, prudente y sobria, que sea reflejo de una estrategia equilibrada, que le permita cumplir con éxito la labor de promover la libre competencia, sin entorpecer la misión de defenderla.

Estos conceptos son los que inspiran una política comunicacional que a lo largo de los años se ha ido asentando en la institución y que tiene como eje central la transparencia. Hoy, esta forma de hacer las cosas es para la Fiscalía un poderoso instrumento para establecer, mantener y promover una cultura de la competencia.

La ejecución de esta política está centralizada en el Departamento de Relaciones Institucionales, que depende directamente del Fiscal Nacional Económico. Cada requerimiento de la prensa es analizado en esta unidad, al igual que las respuestas que se entregan a los medios.

En línea con lo anterior, el único vocero que posee la Fiscalía es el Fiscal Nacional Económico, lo que permite acotar el riesgo de difundir versiones públicas contradictorias y de filtraciones desde el interior de la institución.

Pese a esta actitud, que se caracteriza por ser más bien pasiva a la hora de generar noticias, el organismo goza de una profusa cobertura de la prensa, que sigue con atención el desarrollo y el desenlace de los asuntos de mayor connotación pública.

El llamado “Caso Farmacias” -que estalló en diciembre de 2008, cuando la Fiscalía denunció la existencia de un cartel de medicamentos, y que culminó en septiembre de 2012, con la ratificación por parte de la Corte Suprema de una multa de US\$ 40 millones para dos compañías-, tuvo un impacto profundo en la sociedad chilena. Términos como libre competencia y colusión se instalaron entonces de manera transversal en el debate y ahí han permanecido.

Tras ese episodio, hay más conciencia en Chile sobre lo tóxico que son los carteles y cada nuevo juicio que inicia la Fiscalía es tema obligado entre los chilenos. Casos de colusión entre empresas de buses interurbanos, entre compañías avícolas e incluso entre productoras de asfalto han ocupado primeras planas en los diarios locales.

Así, entre septiembre del año pasado y septiembre de este año, la Fiscalía fue mencionada en más de 2.100 artículos de medios escritos locales, promediando casi 170 publicaciones mensuales, con meses *peak* de más de 250 noticias.

En ese mismo período, 62% de los artículos muestran una imagen positiva de la FNE y 34,4% son neutros. Apenas menos de 4% exhibe un sesgo negativo y dan cuenta principalmente de críticas realizadas por empresas o entidades que son investigadas o requeridas por la Fiscalía.

Relación con los medios

La Fiscalía mantiene una relación formal, pero fluida con los medios de comunicación. Las líneas de comunicación, gestionadas por el Departamento de Relaciones Institucionales, están permanentemente abiertas para que los periodistas manifiesten dudas, soliciten información o se enteren de las actividades públicas en las que participa el Fiscal Nacional Económico.

El vínculo existente con los periodistas no da lugar al traspaso informal de información ni a “deudas” pendientes con los medios. La agenda del fiscal, al igual que las entrevistas – no más de tres por año- que concede, son manejadas con total independencia.

La actividad comunicacional de la Fiscalía está determinada por los hitos que van marcando las investigaciones que realiza y se ve reflejada en el sitio web de la institución (www.fne.cl), que es su canal oficial de información.

Así, cada vez que se inicia una acción ante el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia o que se conoce una sentencia, se elabora y publica un comunicado de prensa, que además es enviado por correo electrónico a los periodistas que siguen la actividad de la Fiscalía. Al mismo tiempo, se analizan eventuales inquietudes que ellos presenten ante algún caso y se responden si ello no afecta la estrategia judicial de la Fiscalía.

En cualquier caso, lo que la institución privilegia es el éxito de sus investigaciones y juicios, por lo que muchas veces es “no” la respuesta obligada ante las consultas.

Asumiendo las dificultades propias de las materias que aborda, la Fiscalía realiza periódicamente talleres para periodistas y encuentros con editores de medios de comunicación. Estas reuniones buscan fomentar un mejor entendimiento de los temas vinculados a la libre competencia, de modo tal que los profesionales vayan incorporando en su *background* los conceptos propios del ámbito, la dinámica de los procesos y conozcan de primera mano la visión de la Fiscalía sobre materias relevantes para el sistema de libre competencia.

Advocacy en tiempos de Internet

Una de las misiones de la Fiscalía Nacional Económica es fomentar la cultura de la libre competencia, por ello las diversas actividades de Advocacy juegan un rol preponderante para la institución.

En esta tarea cumple un rol fundamental el portal de Internet de la Fiscalía (www.fne.cl) , como principal canal para promover su labor y los valores de la libre competencia. Este sitio contiene desde información institucional, hasta bases de datos con resoluciones judiciales, noticias, estudios de mercado e información sobre eventos, entre otros antecedentes.

Es en este lugar donde, además de ofrecer información relevante para los medios, hay contenidos de interés para la ciudadanía y una vía de comunicación de ida y vuelta con ella a través del Sistema Integral de Atención Ciudadana (Siac).

Un ejemplo de interacción con los usuarios de la web es el espacio que permite efectuar denuncias electrónicas, que son derivadas internamente a los equipos profesionales para determinar su admisibilidad. El denunciante puede hacer un seguimiento en el portal al estado de su denuncia, que puede dar origen a una investigación o ser archivada si no hay mérito para indagar sobre el tema.

La página web cumple también un rol clave en la implementación del mecanismo de delación compensada, que empezó a regir en Chile en 2009. Todas las autodenuncias de empresas deben ingresar a través del portal, donde automáticamente se activa el procedimiento correspondiente y queda certificada la fecha y hora de ingreso, lo que garantiza al delator el orden de llegada para acceder a eventuales exenciones de multas.

Mediante Internet también es posible difundir las actividades de Advocacy que realiza la FNE. Entre éstas se cuentan la elaboración y difusión de diversas guías, en las cuales la Fiscalía manifiesta su postura ante determinadas materias. En este proceso, se pone a disposición del público versiones preliminares de los documentos para recoger comentarios de los interesados en cada tema.

Además, para fomentar la investigación en temas vinculados a libre competencia, cada año se realiza un concurso de tesis para estudiantes de pregrado y de post grado. Todo el proceso de llamado a concurso y de entrega de resultados, se canaliza a través de la web y los trabajos ganadores, son puestos disposición de la comunidad en el portal.

El principal evento de cada año en esta línea es el Día de la Competencia, donde además de presentar un panel de expertos nacionales e internacionales en libre competencia, el Fiscal da a conocer su cuenta anual.

La web permite también a la Fiscalía dar transparencia absoluta a la agenda de reuniones del Fiscal y del Subfiscal, ya que diariamente se actualiza y se informan las actividades de ambos. Esta sección del sitio es seguida con interés por los medios, que indagan sobre los encuentros o concurren a los lugares para encontrarse con el Fiscal.

Entre las acciones de promoción que realizan las máximas autoridades de la Fiscalía se cuentan charlas en universidades, centros de estudio y asociaciones gremiales y la asistencia a foros internacionales como expositores. Del mismo modo, son frecuentes las reuniones con otras autoridades del gobierno central, parlamentarios y líderes de agencias internacionales.