



Derechos humanos y democratización de los medios de comunicación

Human Rights and Democratization of the Media

Direitos Humanos e democratização dos meios de comunicação

Abner Barrera Rivera¹

Resumen

El presente artículo se propone analizar la relación que hay entre la libertad de prensa, concebida y practicada por los grandes medios de comunicación, y el derecho humano a una información independiente y veraz, tal como se entiende y propone en algunos tratados, pactos, convenciones y declaraciones internacionales con respecto a la libertad de opinión y la libertad de expresión como derechos humanos. Para ello se toman en cuenta las controversias vividas entre los grandes medios de comunicación y algunos de los gobiernos progresistas en América del Sur en los últimos tres lustros. Se exponen y analizan los argumentos esgrimidos con respecto a los derechos humanos que la sociedad civil requiere al recibir la información y los derechos que los dueños de los grandes medios consideran les asisten. Dado que la prioridad de las empresas privadas de comunicación es el lucro, entonces la información se convierte en un producto más de consumo. Se concluye que esta situación es un problema real para la formación y configuración de una sociedad democrática, y se propone la necesidad de que los medios de comunicación sean democratizados para resguardar los derechos humanos de todos.

Palabras clave: derechos humanos, libertad de prensa, medios de comunicación, democracia, mercancía, lucro.

Abstract

This article analyzes the relationship between the freedom of the press, conceived and practiced by the big media, and the human right to an independent and truthful information, as

¹ Licenciado en Estudios Latinoamericanos; Licenciado en Teología; Máster en Derechos Humanos; realizó estudios de posgrado en la Maestría Centroamericana de Ciencias Políticas. Actualmente trabaja como docente en la Maestría en Derechos Humanos en el Instituto de Estudios Latinoamericanos (IDELA) de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional, Costa Rica. Nacionalidad: peruano-costarricense.



understood and proposed by some international treaties, agreement, conventions and declarations concerning freedom of opinion and freedom of expression as human rights. For this reason are taken into account the controversies aroused by media and some progressive governments in South America in the past fifteen years. The article presents and analyzes arguments advanced with respect to human rights that civil society demands when receiving the information, and the rights big media's owners hold. Given that private media companies' priority is profit, the information becomes, then, just another consumer product. It is concluded that this situation is a real problem for the education and configuration of a democratic society, and the proposal is to democratize media to protect the human rights of all.

Keywords: Human rights, freedom of the press, media, democracy, merchandise, profit.

Resumo

Este artigo propõe analisar a relação existente entre liberdade da imprensa, concebida e praticada pela grande mídia, e o direito humano a uma informação independente e verdadeira, assim como é entendida e proposta em alguns tratados, acordos, convenções e declarações internacionais relativas à liberdade de opinião e a liberdade de expressão como direitos humanos. Para isso, são tomadas em conta as disputas vivenciadas entre os grandes meios de comunicação e alguns dos governos progressistas na América do Sul, nas últimas três décadas. Para isso, expõe-se e analisam-se os argumentos relativos aos direitos humanos que a sociedade civil necessita receber informação e os direitos que os proprietários de grandes meios consideram pertinentes. Como a prioridade das empresas de comunicação privadas é o lucro, a informação torna-se um produto de consumo. Conclui-se que esta situação é um problema real para a formação e configuração de uma sociedade democrática, sugerindo a necessidade de democratização dos meios de comunicação para proteger os direitos humanos de todas as pessoas.

Palavras-chave: direitos humanos, liberdade de imprensa, meios de comunicação, democracia, mercadorias, lucro.

Aspectos introductorios

Hay un gran consenso reconocido en varios tratados internacionales que las libertades son derechos fundamentales que no deben faltar en ningún régimen democrático. Participar de la democracia es aceptar, defender y promover las libertades y los derechos humanos de todas las personas, sin ninguna excepción.

La libertad de opinión y de expresión es un derecho humano, y está reconocido en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir

informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión (1948).

En el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1966) también se garantiza el derecho a la libertad de opinión, expresión e información (artículo 19) y se prohíbe toda propaganda a favor de la guerra, la incitación a la discriminación o la violencia (artículo 20). La libertad de prensa es un componente central del derecho a la libertad de expresión, y los medios de comunicación en sus distintas expresiones (radial, televisiva, prensa plana, etc.) ocupan un papel importante en la democracia.

Hay otros documentos jurídicos como la Convención de los Derechos del Niño/a (1989) y la Declaración y Programa de Acción de Viena de la Conferencia Mundial de Derechos Humanos (1993) donde se señala la relación que debe existir entre los medios de comunicación y los derechos humanos. La UNESCO, en la Declaración de 1978, reconoce que la libertad de opinión, la libertad de expresión y la libertad de información, son parte integrante de los derechos humanos y de las libertades fundamentales (artículo II 1). También cada país que se considera democrático, acepta en su Constitución que todas estas libertades están garantizadas y protegidas. Sin embargo, en la realidad política encontramos que estos derechos pareciera que solo les corresponden a los medios de comunicación mas no así a los ciudadanos. ¿Cuáles son los derechos que tienen las personas en relación con los medios de comunicación? ¿Cuál es el proceder de los medios de comunicación con respecto a los derechos humanos de las personas que acceden a la información? ¿Cómo debe ser la relación entre los derechos a la libertad de prensa y los derechos de la gente a recibir información?

Según Carmona (2009) en América Latina los grandes medios de comunicación no cumplen con su mandato esencial de informar veraz y oportunamente. Dice que al dejar de ser medios libres e imparciales y perder el deber de informar, el periodismo ha abandonado su fin ético que consiste en coadyuvar a que el hombre satisfaga la necesidad y el derecho a estar informado para tomar las decisiones en el logro de una vida buena.

Libertad de prensa y los derechos de los ciudadanos

Una situación de este tipo pone en cuestión la razón de ser de los medios de comunicación en relación con los derechos de las personas. Como hemos visto, la libertad de expresión, de prensa y de información son expresiones esenciales de los derechos humanos en los regímenes democráticos, pero si estos no cumplen sus propósitos,



entonces estamos ante algunas limitaciones dentro de la propia democracia. En nuestras sociedades por lo general se habla más de la libertad de prensa como un derecho de los medios de comunicación, pero se dice muy poco sobre el derecho de la gente a obtener una información auténtica. Si nuestras democracias quieren verse fortalecidas, entonces no podemos soslayar esta situación. El rol y el poder que desempeñan los grandes medios de comunicación no se pueden subestimar. Según Denegri (2013) hoy mucho más que antes estos vician y desnaturalizan a la gente, la pervierten y lo que es peor aún la embrutecen, y esto es peor porque no hay ninguna ley que prohíba embrutecer a la gente.

Si bien es cierto que en los regímenes democráticos el derecho a la libertad de prensa está garantizado (entendido como el libre ejercicio que desarrolla una persona o institución, para investigar, opinar e informar sin restricciones de lo que sucede en la sociedad), sin embargo, ese ejercicio periodístico se vuelve muchas veces incuestionable. Cualquier objeción que se haga al papel desarrollado por un medio, por lo general es vista como un intento de coactar ese derecho; el reclamo de los dueños del medio de comunicación por “su” derecho a la libertad de prensa lleva a que la gente crea que se está atentando contra la democracia, porque se está violando el derecho de ese medio a emitir sus opiniones o informaciones (no importa cuáles sean). Visto así, la libertad de prensa viene a ser la posibilidad que tienen los propietarios de los medios de comunicación para transmitir lo que a ellos les parece bien.

Cuando algunas veces la sociedad civil o el Estado han tratado de promover que los medios de comunicación se abran hacia una democratización donde se tome en cuenta la diversidad de pensamientos y consideren que se deben a un público que tiene derecho a una información plural e independiente acerca de lo que sucede en el mundo, también los propietarios de los medios han respondido diciendo que se trata de un ataque a la democracia y a la libertad de expresión. Argumentan que se está cayendo en prácticas dictatoriales, porque se está pretendiendo censurar, limitar o suprimir la libertad de prensa de la empresa. Los propietarios cuando hacen esos reclamos, solo están pensando en los derechos de sus empresas, mas no en los derechos de las personas que reciben la información. En estos casos habría que preguntarse si no se está también ante un resquebrajamiento de la democracia, ¿se puede vivir en un régimen democrático, pero ser víctima de una manipulación mediática? Si la libertad de prensa es un derecho que poseen, ejercen y disfrutan los medios de comunicación, entonces también es un derecho de las personas, poseer, ejercer y disfrutar de información imparcial, veraz y plural. ¿O es que acaso un derecho es menos importante que otro? Si un régimen democrático promueve, garantiza y defiende los derechos humanos, entonces debe hacerlo también con el derecho que tienen las personas a estar bien informadas.

En América Latina, la mayor parte de los medios de comunicación está en manos privadas, cuyos propietarios, en nombre de los derechos humanos y de la libertad, se oponen y rechazan cualquier proyecto de democratización de los medios. Por su parte la sociedad civil y algunos gobiernos latinoamericanos como Ecuador, Venezuela, Bolivia, Argentina y Brasil han sostenido en los últimos años, que los grandes medios de comunicación, violan los derechos humanos y atentan contra la democracia, y lo hacen en nombre de la libertad de expresión y de prensa. Para algunos estudiosos de la comunicación los medios se han convertido en el primer poder del Estado, y son determinantes en la toma de decisiones políticas. Aharonian (2016) afirma que si hace cuarenta años se necesitaban fuerzas armadas para imponer un modelo político, económico y social, “hoy basta con tener el control de los medios de comunicación masivos para bombardear el imaginario colectivo, desde la información, la publicidad, el entretenimiento” (párr. 6).

Ya son varios lustros que la sociedad civil en América Latina viene denunciando que los grandes medios no se ajustan a los hechos, difunden verdades a medias o crean estados de opinión sin fundamento. Según Vázquez (2016) en estas condiciones “somos cautivos de un inefable aparato mediático, que es capaz de convertir al agredido en agresor y al agresor en alma caritativa que va por la vida ofreciendo ayuda humanitaria” (párr. 1).

Se presenta así la disyuntiva entre los derechos que les asisten a los dueños de los medios de comunicación y los derechos humanos de la sociedad civil al recibir la información. Hoy este debate forma parte de la agenda política de distintos países de la región.

No son todos los medios de comunicación los que tienen este problema, sino solo los que pertenecen a la denominada “gran prensa”: son un conglomerado de empresas de la comunicación, que se han convertido en una concentración de medios hegemónicos y han devenido en oligopolios, opuestos a cualquier propuesta de pluralismo informativo, político e ideológico. Son propietarios de radios, televisoras, prensa plana, etc., cuyos contenidos llegan a decenas de millones de personas todos los días. Algunos de esos oligopolios más conocidos en América Latina son el Grupo Clarín S. A., Televisa, el Grupo Globo, la Organización Cisneros S. A., El Comercio, El Mercurio S.A.P., Grupo Prisa, Grupo Líder, entre otros; estos, además de dedicarse al negocio de la comunicación, también desarrollan otro tipo de actividades comerciales (Galvis y Botero, 2009).



Los grandes medios y la libertad económica

Algunas características de esa gran prensa son: 1) tener muchos años de existencia, 2) gozar de una gran aceptación social, 3) tener un alcance mayoritario y 4) haber asumido un papel importante en la toma de decisiones en el ámbito político en sus países. Estos medios, desde principios de la década de 1980, cuando la mayor parte de los países en América Latina dejaban atrás las dictaduras militares y asistían a convertirse en regímenes democráticos, con mayor énfasis que en décadas anteriores, se convirtieron –en sus respectivos países–, en una especie de ‘apóstoles’ de la libertad, la democracia y los derechos humanos. Las libertades que más defendían eran la libertad económica y la libertad de empresa, y lo hacían en un contexto, donde la mayoría de los gobiernos de la región –con excepción de Cuba– habían implementado ortodoxamente políticas económicas neoliberales, las cuales eran determinadas desde el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial (Brieger, 2002).

Con esas políticas económicas de austeridad los pueblos de América Latina experimentaron los llamados Programas de Ajuste Estructural (PAE) que trajeron como consecuencia, en algunos casos, recortes en inversiones sociales y en otros su total eliminación, se redujeron las barreras comerciales, aumentaron las ventajas para las inversiones extranjeras y una ola de privatizaciones de empresas del Estado recorrió el continente; así los derechos humanos se vieron afectados. Dice Hinkelammert (2012): “cuando la estrategia de globalización anuncia los ajustes estructurales, se percibe que se anuncian esquemas de abolición del reconocimiento de los derechos humanos” (p. 97). Fueron años en los que aumentó la pobreza, el desempleo, la inseguridad, la delincuencia y la violencia en varios países latinoamericanos; los Estados ya no protegían las garantías sociales y las condiciones de los derechos humanos se deterioraron. Refiriéndose al aumento de la pobreza en esos años Suárez (2006) señala:

En 1999, el número absoluto de menesterosos latinoamericanos (no incluye al Caribe anglófono) ascendió a 224 000 000 de personas. Según la base de cálculos de la CEPAL, casi 30 000 000 más que en el año 1990. De ellos, alrededor de 100 000 000 se encontraban en situaciones de indigencia; o sea, los pobres que “no logran siquiera adquirir una cesta alimenticia suficiente para evitar la desnutrición (p. 434).

Cuando los grandes medios hacían algún reportaje sobre esta realidad, lo abordaban de manera aislada, sin señalar las causas históricas, estructurales y económicas que las producían, y en el mejor de los casos admitían que era parte de los costos necesarios que había que aceptar, con la esperanza de tener un mañana mejor. Un caso muy ilustrativo es el del escritor Vargas (1993), quien como candidato a la

presidencia de Perú para las elecciones de 1990, en las visitas que hacía a las zonas más marginadas, le pedía a la gente pobre, que aceptara y respaldara las medidas de austeridad, los sacrificios sociales que él implementaría en su gobierno y entendiera que, si no se hacían esos ajustes económicos, no habría un futuro promisor para todos. Algunos analistas señalan, que haberles dicho a los pobres la verdad, fue una de las causas de su derrota electoral.

A propósito del desplome del socialismo real en Europa del Este, la década de 1990 fue propicia para que los medios se convirtieran en los principales actores en desarrollar una vorágine ideológica sin precedentes, dedicándose a publicitar que el mercado total era la única alternativa viable y vital para la humanidad. Era común escuchar o leer en los medios de comunicación, que el neoliberalismo era la panacea a todos los problemas sociales. La sola expresión neoliberalismo se había convertido en una palabra mágica o en receta para solucionar la pobreza. Es en ese contexto que el politólogo estadounidense de origen japonés Fukuyama, publica su libro *El fin de la Historia y el último hombre* (1992), que tuvo una inmensa acogida en las aulas universitarias de América Latina. Muchos académicos sin titubear se sumaron a las tesis del autor: se acabó la Historia como disputa de ideologías, y el mundo ideal es el de la democracia liberal.

Los grandes medios y la demonización del Estado

Desde esa postura se desató la demonización contra el Estado como eje central de la administración y la planificación de la economía, considerándolo un obstáculo para las libertades económicas, financieras y empresariales; los medios se abocaron a propagar las “bondades” del mercado, y cualquier esfuerzo o inversión social promovidos por el Estado fueron considerados como gastos sociales o derroche económico. La satanización contra el Estado también encontró a un Estado caracterizado por la burocratización, la inoperancia y con grandes niveles de corrupción. La consigna neoliberal expresada en los editoriales de los grandes medios consistía en defender y proteger al mercado total y atacar al Estado ineficiente, incompetente y corrupto. Las libertades, la democracia y los derechos humanos eran pregonados y defendidos, en la medida en que estaban emparentados con los intereses de las grandes empresas transnacionales. Aparece así una relación estrecha entre la libertad de empresa y la libertad de prensa.

Aunque en esos años aumentaron las privatizaciones de empresas, los despidos de trabajadores, el precio de los combustibles, la liberalización de los precios de los productos, las tarifas de servicios públicos y los recortes de presupuestos en el área de política social, que afectaba directamente los derechos humanos, especialmente

de los más pobres, la gran prensa no hablaba de esos derechos, sino que continuaba animando las políticas económicas neoliberales. Este tipo de periodismo lo ejercieron medios como O Globo, El Nacional, Clarín, El Deber y El Comercio en los gobiernos de Fernando Collor de Mello en Brasil (1989-1992), Carlos Andrés Pérez en Venezuela (1989-1993), Carlos Menem en Argentina (1989-1999), Gonzalo Sánchez de Lozada en Bolivia (1993-1997), Jamil Mahuad (1998-2000), Gustavo Noboa (2000-2003) y Lucio Gutiérrez (2003-2005) en Ecuador, respectivamente. Esos medios fueron el soporte ideológico y propagandístico de cada uno de esos gobiernos. La publicidad que realizaban de los discursos de inauguración de cada presidente subrayaba la necesidad de reducir el Estado y la urgencia de darle todas las libertades al mercado.

Fueron años en los que se trataba de elegir presidentes que se dedicaran a controlar y limitar los gastos del Estado, pero que a su vez facilitarían las inversiones de capital, otorgando ventajas comerciales al capital extranjero. De esa forma, el Estado dejó de tener su atención puesta en las necesidades materiales prioritarias de las personas (educación, salud, empleo, seguridad, etc.), para ponerla en las necesidades económicas de las empresas; estas se encargarían de generar riquezas para todos. Así, los derechos humanos de las personas fueron sustituidos por los derechos de las instituciones empresariales; primó el derecho de los intereses particulares por encima de los derechos colectivos de los trabajadores. La ideología, que se difundía a través del discurso neoliberal, consistía en que era inevitable sacrificar los derechos sociales y materiales, para dar libertad y vida a los derechos empresariales. Cuando se hablaba de derechos se estaba privilegiando el derecho a la libertad económica, promovida por el mercado sin la intervención del Estado (Hinkelammert, 2012).

Se generó una gran publicidad a favor de la libertad de empresa y de los negocios; expresiones como competitividad, eficiencia, productividad, crecimiento y rentabilidad se convirtieron en las nuevas leyes sociales. Mientras se recortaban los derechos y las libertades de los trabajadores, también se criminalizaba la protesta social y se aprobaban leyes contra la sindicalización y contra el derecho a la huelga. En nombre de la modernización y el desarrollo, se hicieron grandes recortes de personal, que condujo al aumento de la tasa de desempleo y de pobreza. Galeano (1992) refiriéndose a la “eficiencia” del nuevo modelo decía:

En el Sur, institución especializada en la difusión de la pobreza, que periódicamente se reúne con sus pares para festejar los resultados de sus actos. La última Conferencia Regional sobre la Pobreza, que congregó en Ecuador a los gobiernos de América Latina, reveló que ya se ha logrado condenar a la pobreza a un 62,3 por ciento de

la población latinoamericana. La Conferencia celebró la eficacia del nuevo Método Integrado de Medición de la Pobreza (MIMP) (pp. 54-55).

Contrario a la historia política de América Latina donde se acostumbraba a elegir mayoritariamente presidentes de profesión abogado, a partir de la década de 1990 se da un cambio en las preferencias de la gente, y empieza a elegirse a economistas, administradores y empresarios. El contexto del llamado nuevo orden económico internacional exigía gobernantes que supieran administrar los negocios que el mercado facilitaba y demandaba; la prioridad era proteger el capital antes que defender los derechos humanos. Las campañas electorales de esos años publicitaban a los candidatos como los nuevos gerentes de un Estado que debía ser reducido y puesto al servicio del mercado. Una breve revisión de los cambios que sucedían esos años con respecto a la preferencia por los presidentes, es: Bolivia eligió al empresario Gonzalo Sánchez de Lozada (1993-1997); Honduras al economista Rafael Leonardo Callejas (1990-1994); Costa Rica al economista y empresario Miguel Ángel Rodríguez (1998-2002); México al economista Ernesto Zedillo (1994-2000) y al empresario Vicente Fox (2000-2006); Chile al economista Ricardo Lagos (2000-2006) y Colombia al gerente y administrador de negociación Álvaro Uribe (2002-2010). Son algunos ejemplos de cómo en esos países a partir de la década de 1990 quienes estaban al frente del gobierno eran presidentes vinculados al mundo empresarial y de los negocios. Todos se caracterizaron por ser defensores del modelo económico neoliberal que llegaron a la presidencia con el propósito de convertir al Estado en un protector del mercado, en una especie de cuerpo policial, no solo castigando o reprimiendo a quienes se levantaran contra el mercado, sino, como dice Hinkelammert (2015), dándole al mercado la función de dictar las políticas de desarrollo.

Los gobiernos progresistas y los grandes medios

Las promesas neoliberales ofrecidas por los distintos gobiernos con respecto al aumento de empleo y al crecimiento de las riquezas para todos no se cumplieron; Petras (2004) sostiene que fue “uno de los peores periodos de crecimiento en toda la historia del siglo XX” (p. 60). Si bien en los primeros años de la década de 1990 hubo cierta pasividad social porque la gente tenía grandes expectativas y esperaba que las promesas se hicieran realidad, esa tranquilidad social llegó a sus límites, y en varios países de América Latina se volvieron a presenciar grandes movilizaciones y protestas sociales; la represión policial en las calles no pudo contener las fuertes demandas de cambios políticos y económicos (Jara, 2013). Pero aún en esas condiciones los grandes medios continuaban haciendo apología del mercado como eje central del desarrollo económico, y seguían criminalizando las protestas de la



gente. No tuvieron que pasar muchos años para que en algunos países los pueblos eligieran por la vía democrática a nuevos presidentes, cuyas tendencias políticas eran diferentes a las de sus antecesores: en 1999 a Hugo Chávez en Venezuela; en el 2002 a Luiz Inácio Lula da Silva en Brasil; en el 2003 a Néstor Kirchner en Argentina; en el 2005 a Evo Morales en Bolivia; en el 2005 a Tabaré Vázquez en Uruguay y en el 2007 a Rafael Correa en Ecuador.

Con esos nuevos presidentes se abrió una época inédita en la historia política de América Latina, que generó grandes esperanzas, especialmente para los sectores más empobrecidos de esos países. Se trataba de gobiernos progresistas que no estaban de acuerdo con el modelo económico neoliberal y proponían en su lugar recuperar el papel del Estado como eje central para defender, garantizar y promover los derechos de la gente; la prioridad no era más el crecimiento económico a costas del desarrollo humano. En esta nueva etapa, la presencia, acción y participación de los grandes medios cambió: asumieron un papel más protagónico en la vida democrática, convirtiéndose en actores con una posición ideológica neoliberal de total rechazo a las políticas económicas sociales del Estado y al papel central de este en la economía. Hoy todavía siguen siendo actores importantes de oposición en los procesos políticos que viven Ecuador, Bolivia y Venezuela, con una incidencia muchas veces mayor a la de los propios partidos políticos en la toma de decisiones. Refiriéndose a lo que sucedía en esos países, el periodista Ramonet (2003) dice:

En la nueva guerra ideológica que impone la mundialización, los medios de comunicación son utilizados como un arma de combate. La información, debido a su explosión, su multiplicación, su sobreabundancia, se encuentra literalmente contaminada, envenenada por todo tipo de mentiras, por los rumores, las deformaciones, las distorsiones, las manipulaciones (párr. 21).

Otra vez la objetividad, la imparcialidad, la neutralidad y la ética periodística volvieron a estar ausentes en el ejercicio periodístico. Se dieron fuertes confrontaciones entre los grandes medios y los nuevos gobiernos progresistas: los primeros señalaban al gobierno de ser autoritario, diciendo que pretendían censurar o controlar la libertad de prensa, y el gobierno les cuestionaba porque estaban utilizando la libertad de prensa para calumniar a las autoridades, inventar hechos, ocultar la verdad, mal informar o desinformar a la gente. La función social como medios de comunicación pasó a un segundo plano y se convirtieron en actores políticos determinantes en la configuración del pensamiento de la gente con respecto a la propia política del país. La siguiente ilustración ayuda a comprender mejor esta idea: por ejemplo, si las personas leen y oyen algo sobre Bolivia que no está fundamentado en su experiencia personal, sino que está basado solo en su experiencia a través de los medios, y todos estos (radio, televisión, prensa plana, etc.) le dan la

misma versión o la misma información de lo que sucede en dicho país, entonces esas personas tendrán sobre Bolivia esa idea que del país se divulga. Como vemos, la influencia que tienen esos medios en el pensamiento y comportamiento de la gente no es menor.

Como medios de comunicación no cumplen su función social de manera independiente, con una visión amplia, plural e imparcial. Como dice Tuvilla (1997), este tipo de dominio es contrario a “la visión de un mundo respetuoso con los particularismos y distorsiona la verdad de las cosas, de lo que ocurre en el mundo y cuestiona lo que llamamos opinión pública y representa, desde una visión democrática, un problema capital” (p. 80). Al respecto el llamado de la UNESCO en la Declaración de 1978 es muy claro: “Es importante que se estimule una circulación libre y una difusión más amplia y más equilibrada de la información” (Artículo primero).

Los conflictos entre los grandes medios, las autoridades y la sociedad civil se dieron en los gobiernos de Hugo Chávez, Cristian Fernández, Evo Morales y Rafael Correa. En sus respectivos países se promovieron y aprobaron leyes de comunicación con matices diferentes, pero con propósitos similares: en el 2004 en Venezuela se aprobó la llamada Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión; en el 2009 en Argentina, la Ley de Medios (la cual ya ha sido modificada por el actual gobierno de Mauricio Macri); en el 2011 en Bolivia, la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, en el 2013 en Ecuador se aprobó la llamada Ley de Comunicación; en el 2014 en Uruguay, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (que también sufrió un revés en abril del 2016).

Los objetivos generales que se buscan con estas leyes pueden resumirse en las siguientes ideas: 1) determinar responsabilidad social para los participantes; 2) establecer equilibrio entre los deberes, derechos e intereses; 3) promover la diversidad de medios y de pluralismo democrático; 4) garantizar la distribución equitativa y el uso eficiente de los servicios de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación; 5) asegurar el ejercicio del derecho al acceso universal y equitativo a los servicios de comunicación; 6) ordenar el funcionamiento de los medios de comunicación y llenar un vacío legal en relación con una materia tan estratégica, como lo es el espectro de las comunicaciones.

Hubo muchos debates y propuestas en los que participaron la sociedad civil, los movimientos sociales, los legisladores, el gobierno y en algunos casos los propietarios de los medios. Todo eso condujo a la aprobación de esas leyes, las cuales, si bien están vigentes en la mayoría de esos países, nada asegura su perdurabilidad, porque podrían ser revisadas y modificadas. Ninguna legislación es perfecta, sin



embargo, todo indica que esta situación seguirá siendo tema de discusión y análisis; la influencia y la presión que ejercen los oligopolios de la comunicación es un factor importante que no debe minimizarse. Pero de todo esto queda en entredicho si se está valorando o no la información como un derecho humano. Si así fuera, entonces se trabajaría –al igual que se hace por otros derechos humanos– desde la sociedad civil, las organizaciones sociales, las empresas de comunicación y los poderes del Estado, hacia una mayor garantía, protección y defensa; o sea, hacia una mejor elaboración de la ley, donde se asegure la imparcialidad, profesionalidad, diversidad, equilibrio, independencia, etc. Hechos recientes señalan que lo que sucede en algunos de esos países es lo contrario, porque se trabaja para modificarla con el afán de volver al pasado, un caso de estos es lo que decidió por Decreto el gobierno de Mauricio Macri sobre la Ley de Medios en Argentina en abril de 2016. Muchas veces para los sectores empresariales de los grandes medios de la comunicación la mejor ley siempre será la que no exista.

La información como mercancía

El politólogo brasileño Sader (2017) refiriéndose a cómo el neoliberalismo convierte todo en mercancía y se introduce completamente en el mundo de la política dice:

La concepción que preside al neoliberalismo, que busca transformar todo en mercancía, llegó de lleno a la política, con sus financiamientos privados, con campañas adecuadas a servicios de marketing, con millonarias actividades que hacen de las campañas un despliegue de piezas publicitarias casi al estilo de cualquier otra mercancía. Por otra parte, gobiernos copados de ejecutivos privados los hacen cada vez más parecidos a empresas, por el personal y por la concepción que preside a gobiernos con mentalidad de mercado (párr. 6).

En nuestras democracias los oligopolios de la comunicación han convertido la información en una mercancía; esta no funciona según las leyes de la información, sino según las leyes del mercado. Ramonet (1986) dice que “en los tiempos del neoliberalismo triunfante, el sector de la información constituye un mercado en el que todo se negocia y donde todo tiene un precio” (p. 22). El derecho de la gente a obtener información objetiva, imparcial o neutral no es el principal objetivo de la empresa de comunicación; la prioridad es la venta y la ganancia que genera la información como producto. La práctica de la libre empresa permite hacer negocio con la información, como si fuera cualquier otro producto de consumo (celulares, chocolates o computadoras); se le establece un precio y se ofrece a los consumidores: “el precio de una información depende de la demanda, del interés que suscita. Lo primordial es la venta. Una información se considera sin valor si no llega a

interesar al gran público” (Kapuscinski, 2012, párr. 1). En la lógica de la economía de mercado la información pierde su valor esencial porque se rige por la ley de la oferta y la demanda; ya no interesa si la información se constituye en un aporte social, educativo, cultural, intelectual o político; ya no es importante si lo que se informa contribuye a dilucidar algunas preguntas de la gente o a resolver algunos problemas de la sociedad; lo que interesa es que se venda y que genere ganancia, y esto dependerá del número de personas que estén interesadas por esa información.

Al regirse los medios de comunicación por las leyes del mercado, entonces los derechos humanos de las personas que quieren acceder a la información no son tomados en cuenta; los derechos humanos se convierten en un obstáculo para el desarrollo del mercado: “cuando los estrategas hablan de distorsiones del mercado, en una gran parte de los casos se refieren a distorsiones producidas precisamente por el reconocimiento del derecho humano, que afirma el derecho a la vida” (Hinkelammert, 2012, p. 97). Si los grandes medios de comunicación reconocieran los derechos de la gente con respecto a la información, entonces estadejaría de ser un negocio para ellos. El mercado es el dios moderno de los oligopolios de la comunicación, que exige sacrificar la información a cambio de ganancias (sacrificar la verdad por el dinero). Por eso se advierte: “la estrategia de globalización quiere abolir todo eso porque lo considera distorsión del mercado. El mercado es transformado en único valor superior en función del cual, todos los otros valores que se consideran “inferiores”, son sacrificados” (Hinkelammert, 2012, p. 101).

En las sociedades democráticas regidas por la economía neoliberal, los medios de comunicación no están en manos del Estado, sino en manos de la empresa privada, por eso tienen un carácter mercantil, y desde esta perspectiva, la información no es concebida ni practicada como un bien público o social, por eso no es plural, diversa, participativa, democrática, universal e inclusiva. ¿Qué puede hacer el Estado en un sistema capitalista para garantizar el derecho a la comunicación frente a los oligopolios de la información? En los países latinoamericanos los medios de comunicación que pertenecen al Estado son ínfimos o marginales en comparación con los de los grandes oligopolios; son medios que carecen de recursos financieros, no tienen el apoyo suficiente del Estado, experimentan limitaciones logísticas y tecnológicas, y no ofrecen alternativas en contenidos y programas. Refiriéndose a los retos que tienen los medios, tanto privados como públicos, Tuvilla (1997) dice:

Hoy en día, los contextos han cambiado, pero siguen pendientes, en un mundo en donde la comunicación puede ser una poderosa vía de integración social, los grandes retos de los medios: ser vehículos de opresión, de un saber y una forma de pensar monolítica conforme a una única manera de entender la realidad social y políticamente o, por el contrario, ser agentes decisivos de concordia entre los

pueblos, construir la base de una mejor comprensión internacional y fomentar el mantenimiento de la paz a través de la democracia (p. 78).

La realidad de nuestros países evidencia que en lugar de que los medios de comunicación sean instrumentos esenciales para el fortalecimiento y el desarrollo de la democracia, promoviendo y extendiendo los derechos para todas las personas sin exclusiones, son usados –desde el mercado– como instrumentos para propagar y afianzar un pensamiento único en los ámbitos ideológico, político, cultural, social, religioso, etc., fomentando estilos de vida y patrones de consumo, así como estereotipos de género, clase y etnia. Desarrollan una especie de vulgarización de la vida, un empobrecimiento cultural, una destrucción del lenguaje y de la lengua, y una desinformación y manipulación de los contenidos políticos.

Al sistema capitalista no le interesa que la gente esté más informada, o sea, más lúcida, lo que quiere es que la gente tenga menos capacidad crítica y sea menos consciente de lo que está sucediendo en el mundo; y este trabajo lo realiza con éxito desde tempranas edades, por eso se habla mucho de la “televisión basura” y su impacto en la mente y la conducta de niños (Arboccó y O’Brien, 2012). El capitalismo no funciona con personas que piensan o que cuestionan un “pensamiento único”, de lo que se trata, como dice Sartori (1998), es de crear el pensamiento insípido; al sistema global le sirve gente sumisa, que sea anuente, resignada y que disfrute de mucha distracción y entretenimiento (es fácil comprobar esto viendo los programas que ofrecen la televisión y la radio en cualquiera de nuestros países latinoamericanos). Con razón dice Galeano (1998) que ni siquiera es necesario ser alfabetizado para escuchar la radio o mirar la televisión “y recibir el cotidiano mensaje que enseña a aceptar el dominio del más fuerte y a confundir la personalidad con un automóvil, la dignidad con un cigarrillo y la felicidad con una salchicha” (p. 109).

Los medios lucran con un derecho que es de servicio público como si fuera una industria de confites, pero la sociedad puede vivir sin confites, lo que no puede –y no debe– es vivir sin información. Se está traficando con un servicio público, porque una sociedad democrática requiere que los medios de comunicación brinden información, conocimiento, educación, cultura, etc. ¿Cuán libre y democrática es una sociedad si el derecho fundamental a la información –como bien público– está en manos de negocios privados? Hay aquí una relación ominosa para la sociedad, porque se está mezclando comunicación social con intereses económicos; se presenta el conflicto entre el lucro (privado) y la comunicación social (derecho público). Al respecto el presidente de Ecuador, Rafael Correa, se pregunta: “¿Qué cree que prevalece cuando un medio es dueño de la banca y tiene que criticar la banca? ¿El interés privado o el interés público? Los dueños de los medios le impondrían

el fin de lucro” (Muriel, 2012, párr. 11). Por eso es cuestionable que las empresas financieras sean propietarias o accionistas de los medios de comunicación.

El poder de los medios siempre ha sido imponente, pero con la globalización creció mucho más, y al identificarse con las élites económicas se volvieron hegemónicos y apostaron sin reservas por un modelo de sociedad:

Hace ya muchos años que los medios de comunicación masivos, en el mundo occidental cuando menos, fueron acertadamente calificados como el “cuarto poder”. Aquel que nos entretiene, que nos ayuda a evadimos de los problemas diarios, aquel que nos informa de lo que ocurre en cualquier rincón del mundo. Pero también quien, en gran medida, hoy trabaja para las élites políticas y económicas que definen nuestras sociedades y el modelo dominante; esos medios que nos manipulan y que nos empujan a pensar y actuar de una determinada forma (construyen hegemonía) al ocultarnos o tergiversarnos la realidad (González, 2017, párr. 1).

Los medios transmiten lo que ellos consideran importante y deciden qué comunican y qué no, y nadie puede objetarles porque ese es su negocio. Ellos deciden “quién es el protagonista y quién el antagonista, quien grita más fuerte y desbocado contra los cambios políticos tendrá más pantalla, hasta que no les sea funcional y sea olvidado. Este esquema se repite en casi todos nuestros países” (Casasús, 2010, párr. 6). Son actores políticos importantes por encima de los partidos en la toma de decisiones actuales, no son objetivos ni imparciales; son una fuerza ideológica y política que en algunos países de América Latina han llegado a convertirse en armas letales contra las naciones y gobiernos (véase por ejemplo el papel que han desarrollado Clarín y O Globo en Argentina y Brasil, respectivamente).

El periodista Britto (2012) llega incluso a afirmar que el poder del medio es tan grande que puede acabar con la democracia:

Frente al público, tergiversa la información haciendo pasar suposiciones, opiniones o deseos por noticias, omite hechos y suplanta a los actores y poderes políticos clausurando de hecho la democracia al pretender legislar, juzgar, deponer y constituir gobiernos y administrar la República mediante titulares o cuñas (p. 8).

Una vez que los medios se politizan, entonces la “libertad de prensa” les sirve de escudo, para protegerse de cualquier cuestionamiento que se les haga por el mal uso que hacen de esa libertad. Recurren a la “libertad de prensa” para volverse inmunes por sus acciones y así escamotean la verdad, ocultan información, desinforman, calumnian o agreden. En nombre de la libertad de prensa “se organiza la mentira y se desordena la verdad”. Incluso se apela a la “libertad de prensa”, con



el objetivo de ocultar el autoritarismo silencioso que quieren imponer sobre la vida política de una nación. En años recientes en países como Brasil, Argentina, Venezuela, Bolivia y Ecuador, se han vivido campañas mediáticas difamatorias con el propósito de destituir a sus presidentes legítimos y acabar con sus gobiernos. En esos casos, como dice Patricio Montesinos (2014), la libertad de prensa ha sido reducida a obedecer las instrucciones de Washington, silenciando hechos, difundiendo verdades a medias y creando estados de opinión sin fundamento sobre gobiernos progresistas, considerados enemigos por la Casa Blanca. El periodista Aharonian (2015), uno de los más estudiosos de los medios de comunicación en América Latina, sostiene:

Hoy nadie duda de la creciente y orgánica participación de los medios de comunicación cartelizados –nacionales y extranjeros– en la preparación y el desarrollo de las guerras y planes desestabilizadores. Hoy, los medios comerciales –que tomaron como rehén a la libertad de expresión– se convirtieron en verdaderas unidades militares: ya no hace falta ningún Pinochet o Videla, para imponer modelos políticos, económicos y sociales. Hoy el escenario de guerra se traslada al espacio simbólico, a la batalla ideológica, a la guerra cultural (párr. 10).

Es un problema real que se presenta como un desafío a la democracia, y si esta quiere verse robustecida, no puede ser indiferente ante estos hechos; tiene que proteger los derechos humanos de sus ciudadanos frente al poder de los grandes medios. Un bien público y social como la información, no puede seguir siendo una mercancía. Desde una perspectiva de los derechos humanos no se trata de silenciar o censurar a los medios, sino de buscar alternativas que tomen en cuenta las propuestas de la sociedad civil, los movimientos sociales y todo lo que hasta aquí se ha venido haciendo en los países con gobiernos progresistas (hay ahí una experiencia que no puede ignorarse).

Derechos humanos y derechos jurídicos

Un criterio que puede ayudar a abordar el problema es la discusión acerca de la relación y las diferencias entre los derechos humanos y los derechos jurídicos. La mundialización tiene como lógica la maximización de las ganancias, la cual tiene consecuencias humanas por los problemas sociales que produce; es en esa lógica donde se encuentran insertos los oligopolios de la comunicación. La maximización de las ganancias exige acabar con los derechos humanos en tanto que sean un obstáculo para lograr el objetivo (las ganancias). Si el reclamo de los ciudadanos por su derecho a un bien social, como la información (plural, diversa, imparcial

e independiente), atenta contra la maximización de las ganancias, entonces ese derecho humano debe ser sacrificado: “Desde el punto de vista de las empresas transnacionales, los derechos humanos, como derechos de seres humanos corporales, no son más que distorsiones del mercado” (Hinkelammert, 1999, p. 243). Eso es lo que experimentan nuestras sociedades latinoamericanas:

Para la lógica del mercado, decidida a imponer la idea de que el mercado equivale al bien general, existen terrenos de interés público como la educación, la sanidad, la solidaridad, la ayuda al desarrollo, la protección al medio ambiente, etc., que son despreciados por ser considerados no rentables. Y en ese campo también los medios se hacen cómplices y reveladores (Tuvilla, 1997, pp. 80-81).

Derechos humanos como el empleo, la educación, la salud, la vivienda, los seguros, etc., cada vez más han dejado de estar en manos del Estado, para pasar a manos del mercado. Dejaron de ser derechos universales para convertirse en derechos de los que pueden pagarlos (se volvieron privilegios): una persona tiene educación si puede pagarla, alguien consigue empleo si alguna empresa lo contrata, una persona tiene vivienda propia si puede pagarla, tiene acceso a la salud si puede costearla, tiene seguros si puede abonar, accede a la información que el mercado establece si puede pagarla. El mercado se impone sobre los derechos humanos. Pero esto no es nuevo en América Latina, se inició en la década de 1970 con el gobierno militar de Augusto Pinochet en Chile, para después seguir en el resto de países de la región; en nombre de las privatizaciones se impulsó la cancelación sistemática de los derechos humanos que aparecen en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

No se puede argüir diciendo que la información es un derecho humano secundario, y que no importa que sea sacrificada por la lógica del mercado. La información es un derecho vital para la educación, la cultura, el conocimiento y el desarrollo de una sociedad y, si los medios de comunicación no contribuyen a ese objetivo, entonces están siendo un obstáculo para el progreso de un país. La propia naturaleza de los oligopolios de la comunicación es la negación de la misma comunicación, porque tienen concentrada la información e impiden el flujo y reflujo de las ideas; niegan la pluralidad de la información, no toman en cuenta las necesidades de la gente y no responden a los ideales que organismos internacionales como la UNESCO (1978) espera que fomenten: un mundo más humano, más pacífico y más democrático. Los medios son instrumentos ideológicos que configuran la cultura, no son los únicos, pero tienen un rol importante. La cultura es la coexistencia que como seres humanos realizamos; cómo nos relacionamos, cómo vivimos, cómo vestimos, los valores que asumimos y que reproducimos, el lenguaje que usamos, los prejuicios, las creencias, etc. Los medios son elementos fundamentales en la



configuración de la cultura. Por eso surge la preocupación si acaso no es un riesgo dejar esta parte de la cultura en manos de oligopolios, que bajo la lógica del mercado homogenizan el pensamiento.

Solo las personas tienen derechos humanos, las instituciones no tienen derechos humanos. Pero como dice Hinkelammert (2012), la ideología neoliberal habla del derecho de propiedad privada como un derecho natural y la considera un derecho absoluto. De esa forma le otorga a la institución el carácter de dignidad humana y la vuelve intocable; no se le puede cuestionar lo que hace y tampoco se le debe intervenir. Le otorgan a la empresa privada derechos absolutos como si fuera un ser humano: “las personas jurídicas no tienen derechos humanos, porque no son seres humanos, solamente las personas naturales los tienen. Las grandes sociedades anónimas son personas jurídicas, como tales no pueden tener ninguna clase de derechos humanos” (p. 107).

Para la estrategia de mundialización los derechos humanos son entendidos como derechos del propietario, del que posee el capital y los medios de producción. Cuando los oligopolios de la comunicación –que son sociedades anónimas– se escudan en la “libertad de prensa” para justificar lo que informan, lo hacen como si sus empresas privadas fueran personas naturales y no personas jurídicas (instituciones). Si el Estado y la sociedad civil asumen que los oligopolios de la comunicación poseen derechos humanos como si fueran personas naturales, entonces no se puede hacer nada para proteger los derechos de las personas con respecto a la información que reciben. Las empresas no son personas, los derechos humanos solo les corresponden a los humanos, son ellos los que tienen dignidad, no las sociedades anónimas. Ningún derecho de propiedad es un derecho humano. Hinkelammert (1999) explica con amplitud este asunto:

La actual estrategia de globalización ha revertido este desarrollo de la concepción de los derechos humanos. Estos sobreviven en declaraciones sin substancia, mientras todo el poder insiste en los derechos humanos como derechos del propietario y, por ende, como derechos que se refieren a colectivos y no al ser humano en su especificidad. La insistencia hoy del Imperio en los derechos humanos remite exclusivamente a tales derechos del propietario. Son los perdedores de la estrategia de globalización quienes siguen insistiendo en derechos humanos del ser humano mismo. Los derechos humanos del ser natural y corporal humano: del cuerpo hablante. Claro está que una persona colectiva no puede hacer presentes tales derechos humanos, por la simple razón de que no tiene cuerpo. No es un ser natural (p. 243).

En esa perspectiva la mundialización estratégicamente nos presenta y nos hace creer que derechos humanos son, por ejemplo, los derechos que tienen sociedades

anónimas como Apple, BMW, Disney, Nike, HSBC, Monsanto, CNN, MTV, Thomson Reuters, Discovery, Amazon, por mencionar solo algunas. La mundialización presenta los derechos de estas empresas como “derechos humanos” aceptables; son instituciones convertidas en humanos, incluso más que humanas, porque las conciben sagradas, divinas e intocables; los “derechos humanos” de esas personas jurídicas se imponen y eliminan los derechos humanos de las personas de carne y hueso.

Nos preguntarnos, ¿tienen esas empresas derechos humanos? ¿Tienen todas ellas derechos humanos, o tienen las personas derechos humanos frente a ellos? ¿Los oligopolios de la comunicación escudándose en la “libertad de prensa” tienen derechos humanos, o tienen los seres humanos derechos humanos frente a esos oligopolios? Hay aquí un conflicto entre los derechos humanos (que solo son de las personas) y los derechos jurídicos que son de las empresas. Los derechos humanos (de las personas) son inviolables, y deben ser respetados por parte de las sociedades anónimas.

Hacia una democratización de los medios

¿Será posible que en sociedades democráticas gobernadas por economías neoliberales los grandes medios de comunicación consideren la información como un bien social sin mercantilarla? ¿Pueden los grandes medios de comunicación estar al margen de los intereses económicos y de la visión de un sistema económico global que descansa sobre una racionalidad donde los derechos humanos son negados porque la prioridad es la multiplicación del capital? En sociedades democráticas estas preguntas deben ser una invitación a la discusión y al análisis, toda vez que lo que se busca es el bien común y la protección de los derechos humanos. Ya hemos visto que en una economía globalizada el campo de maniobra del Estado es reducido, más aún cuando se trata de lidiar contra los oligopolios de las comunicaciones.

El espectro radioeléctrico es un bien natural que le pertenece a toda la humanidad; a través de él se transmiten las frecuencias de ondas de radio electromagnéticas, las cuales hacen posible las telecomunicaciones (radio, televisión, Internet, telefonía móvil, televisión digital terrestre, etc.). Nadie es dueño del espectro, ni los gobiernos ni las empresas; son los Estados los que lo administran y lo hacen en función de los tratados internacionales, pero el Estado tampoco es dueño del espectro radioeléctrico. En algunos países de América Latina las nuevas leyes que se han venido impulsando sobre los medios contemplan estos principios.



Ramonet (2014) ha reiterado que en América Latina existe un “latifundismo mediático”. Al igual que en el pasado los latifundistas de la tierra se oponían a la Reforma Agraria y utilizaban los golpes de Estado para mantener sus privilegios, hoy los latifundistas mediáticos se oponen a la creación de nuevas leyes para reformar la tenencia de los medios de comunicación; no están de acuerdo con ningún tipo de regulación ni de equilibrio entre medios privados, medios públicos y medios comunitarios. Los latifundistas mediáticos en nombre de la democracia, los derechos humanos y la libertad de prensa, rechazan esos intentos democratizadores, y muchas veces han apelado al concepto de autorregulación, que no es otra cosa que un eufemismo, porque les permite seguir haciendo lo mismo. Quienes piden democratizar los medios son tildados de promotores de “censura”, opositores de “la libertad de expresión” y partidarios de “tiranías”. Pero como en toda sociedad organizada, es el Estado el que dicta las leyes, establece cómo se utilizan los recursos públicos y deciden cuáles son los límites de las empresas privadas. Todo país democrático tiene reglas para la empresa privada, incluyendo las empresas de la comunicación y esto no tiene nada de negativo o antidemocrático.

Es importante señalar que en América Latina la lucha por la democratización de los medios no es reciente, data desde la década de 1960. La sociedad civil y los distintos grupos organizados (estudiantes, campesinos, trabajadores, indígenas, mujeres, intelectuales) siempre han luchado por nuevas leyes de medios de comunicación, pero sus reclamos siempre fueron invisibilizados por esos medios; era imposible que quienes poseían el poder mediático apoyaran esas iniciativas de democratización. Sucedió todo lo contrario, se valían del poder, para desde ahí silenciar esos reclamos; solo se escuchaba una voz, y era la de los propietarios de los medios. Tampoco los gobiernos le dieron importancia al tema, porque no les convenía entrar en desavenencias con los oligopolios de la comunicación y no consideraron a la información como un derecho fundamental en la conformación y construcción de una sociedad democrática.

Hoy la realidad latinoamericana con respecto a los medios de comunicación ha cambiado; las organizaciones sociales y los movimientos populares han hecho posible ese cambio, porque desde hace varios años entendieron que la comunicación no puede seguir siendo hegemónica, y han trabajado para construir una comunicación alternativa. Existen cientos de medios independientes en distintos países, que son dirigidos por organizaciones barriales, estudiantiles, ambientalistas, feministas, campesinas, indígenas, defensores de derechos humanos, entre otras, y tienen a su cargo radios comunitarias, periódicos regionales, acceso a transmisiones por medio de la web, producen y difunden videos, impulsan el software libre, entre otras cosas. Se trata de propuestas antihegemónicas, que buscan recuperar

sus identidades, proteger y promover sus riquezas culturales y desde sus particularidades demandan una sociedad más justa y más democrática:

Se pretende aportar a la construcción de miradas heterogéneas, diversas, despatriarcalizadoras, no serviles a las élites dominantes, además de verdaderamente democratizadoras de nuestras sociedades. Este tipo de comunicación se entiende a sí misma como parte activa de los procesos sociales, políticos y populares, y como instrumento para fortalecer su soberanía y diversidad, además de aportar su fuerza generadora de conciencia, reflexión y crítica a dichos procesos (González, 2017, párr. 1).

El hecho de que países como Argentina, Ecuador, Bolivia, Uruguay y Venezuela tengan hoy nuevas leyes sobre medios de comunicación, es resultado de las largas luchas de los movimientos sociales y de lo que han venido construyendo y proponiendo. Es cierto que tuvieron el apoyo de los gobiernos progresistas, pero ha sido el trabajo constante y denodado que por varias décadas desarrollaron ellos, lo que ha hecho posible que se tomaran decisiones políticas de este tipo.

Existen ya algunas investigaciones de los procesos que se han llevado a cabo para aprobar esas leyes. Una de ellas es la del periodista Serrano (2016), quien explica que en los países con gobiernos progresistas se está dando una de las revoluciones más significativas en el campo de la comunicación, con la participación de grandes sectores populares y de los movimientos sociales. La lucha no ha sido contra los gobiernos, sino contra los grandes medios, quienes han abandonado su trabajo como medios de información, para transformarse en actores de intervención política y en algunos casos de incitación a la subversión, la desestabilización y al golpe de Estado.

Otro trabajo importante es el de Segura (2014), quien hace una comparación de las principales similitudes y diferencias de las nuevas regulaciones de radiodifusión y telecomunicaciones llevadas a cabo por los gobiernos progresistas en Sudamérica. Estudia las aproximaciones y distancias con respecto a las recomendaciones de organismos supranacionales y con respecto a las propuestas de reforma impulsadas por la sociedad.

Contar con un marco legal que regule la distribución del espectro radioeléctrico ha sido importante porque democratiza el acceso, pero también ha sido necesario un marco jurídico y reglamentario para proteger y promover esos medios, garantizando la participación de los sectores más vulnerables a la información y la comunicación. Pero la democratización no se reduce a que haya una nueva ley de medios, sino que tiene que ver también con la participación de la gente, tal

como lo señala la UNESCO: “Igualmente, los medios de comunicación deben responder a las preocupaciones de los pueblos y de los individuos, favoreciendo así la participación del público en la elaboración de la información” (artículo II).

En los países donde se ha aprobado la nueva ley de medios, esta contempla el principio de la regulación y distribución equitativa del espectro radioeléctrico. En el caso de la República de Ecuador, la ley de comunicación aprobada en 2013 reguló 33% para el sector público, 33% para el sector privado y el restante 34% al sector comunitario. El Estado Plurinacional de Bolivia tiene los mismos porcentajes que Ecuador (García, 2016). Cada país tiene sus particularidades en la legislación: sanciones por mentir y discriminar; facultar licencias a los medios comunitarios y asociaciones sin ánimo de lucro; prohibir que el sector bancario sea dueño de medios de comunicación; evitar la concentración o el dominio por parte de empresas extranjeras, etc. Como ya hemos señalado, ha habido algunos retrocesos de esa ley, tanto en Argentina como en Uruguay.

Aunque todavía es pronto para evaluar los resultados de estas leyes, su aprobación ha servido para que los pueblos entiendan la importancia que tiene la información como derecho humano; han comprendido que se trata de un bien común y, por lo tanto, debe ser protegido y promovido por todos. En el pasado solo eran organizaciones sociales específicas las que luchaban por este derecho, hoy debido a los grandes debates y a las movilizaciones de los actores involucrados, se ha dado un gran despertar en la gente, que ha llevado a la revalorización de este derecho. Aunado a ello está también la importancia que ha tenido para la propia ciudadanía, participar en la construcción de esas políticas de comunicación, lo cual ha sido una forma de vivenciar la democracia participativa.

Esas luchas también han contribuido al crecimiento de la cultura política de los pueblos; hoy son más quienes entienden la gran influencia que tienen los grandes medios de comunicación en la configuración de la cultura de un país. La gente ha podido entender que los medios tienen vínculos con la política y que no es cierto que sean neutrales, y dependiendo del papel que desempeñen, la democracia se verá disminuida o robustecida.

Ha aumentado la criticidad en la ciudadanía, porque ya no es presa fácil del poder mediático. Hoy los grandes medios de comunicación saben que existe una ley y deben respetarla, y que hay un pueblo que ha entendido que la función de él es estar al servicio de la gente, abordando con amplitud el complejo mundo de los acontecimientos, siendo veraces, imparciales e independientes en el tratamiento de los hechos y respetando a un público diverso, plural y crítico.

Pero la sola ley o la redistribución del espectro radioeléctrico no son suficientes para la democratización de las comunicaciones; si bien la sociedad civil y los movimientos sociales han contribuido a la definición de las primeras políticas públicas, ahí no ha terminado su trabajo, porque deben continuar comprometidos en velar para que todos (gobierno, medios privados, medios comunitarios, etc.) respeten por igual las leyes, pero también por mejorarlas si fuera el caso. Además, es necesario tomar en cuenta la Declaración de la UNESCO, que propone lograr la participación del público en la elaboración de la información. Como dice Aharonian (2014) “además de tener que ocupar el espacio radioeléctrico también deben de tener contenidos” (párr. 24), porque, ¿de qué sirve tener un espacio de comunicación si no se tiene nada para ofrecer?

Conclusiones

Como se indicó al inicio, este artículo se proponía estudiar la relación entre la libertad de prensa entendida y practicada por los grandes medios de comunicación y el derecho de las personas a recibir una información objetiva e independiente; se logra encontrar que se trata de una relación compleja y controversial, que generó fuertes tensiones entre los propietarios de los medios, la sociedad civil y los gobiernos progresistas referidos de América del Sur.

Por un lado, se observa que los grandes medios de comunicación están en manos de algunos oligopolios, los cuales tratan la información como una mercancía más, y ejercen el periodismo según los parámetros de la libertad de empresa impulsada por el neoliberalismo. El derecho de las personas a disponer de información objetiva e imparcial no es el principal objetivo de esas empresas; la prioridad para ellas es la venta y la ganancia que pueda generar ese producto llamado información.

Los oligopolios de la comunicación, so pretexto de la libertad de prensa, transmiten información sesgada, homogénea, ideologizada, parcial y politizada. Se evidencia que dentro de la lógica de la oferta y la demanda, la información deja de tener su valor esencial, es decir, deja de ser un aporte social, científico, educativo, cultural, intelectual o político. Debido a que los grandes medios de comunicación se rigen por las leyes del mercado, los derechos de las personas no son tomados en cuenta: respetar los derechos humanos se convierte en un obstáculo para el desarrollo del mercado.

Por otro lado, la sociedad civil, los movimientos sociales y los gobiernos progresistas, conciben la información como un bien público, es decir, como un derecho humano, y por eso consideran que no debería estar en manos privadas. Sostienen

que esta situación es un problema real para la democracia. Y en la búsqueda de garantizar la información como derecho humano para todos, proponen y promueven la democratización de los medios; el objetivo es facilitar una información veraz, diversa, democrática, independiente y despolitizada.

La experiencia vivida en América del Sur entre los gobiernos progresistas y los oligopolios de la comunicación con respecto a la libertad de prensa ilustra muy bien todo lo que todavía falta por hacer en América Latina en este campo. Si bien es cierto que en algunos de esos países se han aprobado nuevas leyes de comunicación, estas también han sufrido reveses, debido a las políticas de los nuevos gobiernos, lo cual viene a indicar que aún no existe un consenso por comprender y aceptar que la información como bien público es un derecho humano. Además, la sola aprobación de nuevas leyes no es suficiente para alcanzar mayores niveles de democratización; por eso se requiere que la sociedad civil participe dotándolas de contenidos y construyendo una mayor cultura comunicacional.

Referencias

- Aharonian, A. (2014). *La democratización de la comunicación la hace la gente*. Recuperado de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=191397>
- Aharonian, A. (2015). *El terrorismo mediático*. Recuperado de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=202843>
- Aharonian, A. (2016). *De la “tristeza sem fim” a un “a pesar de voce, amanha será outro dia”*. Recuperado de <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=216297>
- Arboccó, M. y O'Brien, J. (2012). *Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes*. Recuperado de http://www.unife.edu.pe/publicaciones/revistas/psicologia/2012/3/avances_arbocco_5.pdf
- Bertoni, E. (2010). *¿Es legítima la criminalización de la protesta social?: derecho penal y libertad de expresión en América Latina*. Recuperado de http://www.palermo.edu/cele/pdf/LIBRO_BERTONI_COMPLETO.pdf
- Brieger, P. (2002). *De la década perdida a la década del mito neoliberal*. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/gambina/p2global.pdf>
- Britto, L. (2012). *Dictadura mediática en Venezuela. Investigación de unos medios por encima de toda sospecha*. Caracas: Editorial Correo del Orinoco.
- Carmona, E. (2009). *Los medios de incomunicación en América Latina*. Recuperado de <http://sisifocansado.blogspot.com/2010/06/investigacion-fundamental-de-ernesto.html>

- Casasús, M. (2010). *Aram Aharonian: Debemos luchar por la democratización de la comunicación y la información*. Recuperado de <http://piensachile.com/2010/02/aram-aharonian-debemos-luchar-por-la-democratizacion-de-la-comunicacion-y-la-informacion/>
- Denegri, M. (Productor). (2013). *La perversidad*. “No hay ninguna ley que prohíba embrutecer a la gente”. [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=gpg4J7ayyII>
- Fukuyama, F. (1992). *El fin de la Historia y el último hombre*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Galeano, E. (1992). *Ser como ellos y otros artículos*. México: Siglo XXI.
- Galeano, E. (1998). *Días y noches de amor y de guerra*. Barcelona: Ediciones Era.
- Galvis, C. y Botero, L. (2009). *Oligopolios de la comunicación: ¿amenaza global de la democracia?* Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/110/11011851011.pdf>
- García, S. (2016). *¿De quién es el Espectro Radioeléctrico?* Recuperado de <https://radioslibres.net/article/de-quien-es-el-espectro-radioelectrico/>
- González, J. (2017). *Comunicación o pensamiento único*. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=223643>
- Hinkelammert, F. (Comp.). (1999). *El Huracán de la Globalización*. San José: DEI.
- Hinkelammert, F. (2012). *Lo indispensable es inútil. Hacia una espiritualidad de la liberación*. San José: Arlekin.
- Hinkelammert, F. (2015). *Solidaridad o suicidio colectivo*. San José: Arlekin.
- Jara, C. (2013). (Des) Movilización de la sociedad civil en América Latina: Factores tras las trayectorias de participación social. *Polis* [En línea] 36, Publicado el 15 de enero de 2014. Recuperado de <https://polis.revues.org/9434> / <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-65682013000300006>
- Kapuscinski, R. (2012). *La “guerra sucia” en las campañas*. Recuperado de <https://www.e-oaxaca.mx/la-guerra-sucia-en-las-campanas/>
- Montesinos, P. (2014). *Libertad de prensa...para mentir, manipular y desinformar*. Recuperado de <http://www.cadenagramonte.cu/articulos/ver/42972:libertad-de-prensa-para-mentir-manipular-y-desinformar>
- Muriel, E. (2012). *La entrevista a Correa, ‘El Universo’, y todo lo demás*. Recuperado de <https://queparenlasrotativas.wordpress.com/2012/03/20/la-entrevista-a-correa-el-universo-y-todo-lo-demas/>

- ONU. (1948). *Declaración Universal de los Derechos Humanos*. Recuperado de https://es.wikisource.org/wiki/Declaraci%C3%B3n_Universal_de_los_Derechos_Humanos
- ONU. (1966). *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*. Recuperado de <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CCPR.aspx>
- ONU. (1989). *Convención de los Derechos del Niño/a*. Recuperado de <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>
- ONU. (1993). *Declaración y Programa de Acción de Viena de la Conferencia Mundial de Derechos Humanos*. Recuperado de <http://observatorio.sdhjgd.gob.hn/biblioteca-virtual/publicaciones/derechos-humanos/213-declaraci%C3%B3n-y-programa-de-acci%C3%B3n-de-viena-conferencia-mundial-de-derechos-humanos-1993/file>
- Petras, J. (2004). *Imperio vs resistencia*. La Habana: Casa Editora Abril.
- Ramonet, I. (1986). *La tiranía de la comunicación. (Fragmento)*. Recuperado de <https://fundamentosperiodismo.files.wordpress.com/2013/04/ramonet-la-tirania-de-la-comunicacion.pdf>
- Ramonet, I. (2003). *El quinto poder*. Recuperado de <http://monde-diplomatique.es/2003/10/ramonet.html>
- Ramonet, I. (2014). *Latifundistas mediáticos*. Recuperado de <http://www.diariocolatino.com/latifundistas-mediaticos/>
- Sader, E. (2017). *La crisis de la democracia en el neoliberalismo*. Recuperado de <http://www.alainet.org/es/articulo/184394>
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Segura, S. (2014). *Democratización de la comunicación y nuevas leyes de radiodifusión en América Latina. Algunos ejes de comparación con estándares internacionales y propuestas de la sociedad civil*. Recuperado de <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2013/11/vGT18-Mar%C3%ADa-Soledad-Segura.pdf>
- Serrano, P. (2016). *Medios democráticos. Una revolución pendiente en la comunicación*. Madrid: Ediciones AKAL.
- Suárez, L. (2006). *Madre América. Un siglo de violencia y dolor (1898.-1998)*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Tuvilla, J. (1997). *Derechos Humanos y medios de comunicación*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/634158.pdf>

UNESCO. (1978). *Declaración sobre los Principios Fundamentales relativos a la Contribución de los Medios de Comunicación de Masas al Fortalecimiento de la Paz y la Comprensión Internacional, a la Promoción de los Derechos Humanos y a la Lucha contra el Racismo, el Apartheid y la Incitación a la Guerra*. Recuperado de http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=13176&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

Vargas, M. (1993). *El pez en el agua*. Barcelona: Seix Barral Biblioteca Breve.

Vázquez, J. (2016). *Atrapados por el exceso de desinformación*. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=220188>

Recibido: 23/4/2017

Aceptado: 31/10/2017

