

**EL DERECHO FUNDAMENTAL A RECIBIR INFORMACIÓN EN EL
CONTEXTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**

**DIANA JIMENA ALBERNIA DÍAZ
RICARDO ALONSO ARCINIEGAS GUTIÉRREZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
BUCARAMANGA
2005**

**EL DERECHO FUNDAMENTAL A RECIBIR INFORMACIÓN EN EL
CONTEXTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN**

**DIANA JIMENA ALBERNIA DÍAZ
RICARDO ALONSO ARCINIEGAS GUTIÉRREZ**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de
Abogado**

**DIRECTOR
Dr. ERNESTO RUEDA SUÁREZ**

**CODIRECTOR
Dr. NICOLÁS RODRÍGUEZ OTERO**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS
ESCUELA DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
BUCARAMANGA**

2005

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
1. EL DERECHO FUNDAMENTAL A RECIBIR INFORMACIÓN	5
1.1 DEFINICIÓN	5
1.2 MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL Y CONSTITUCIONAL	6
1.3 ORIGEN Y DESARROLLO HISTÓRICO DEL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN	8
1.4 REFERENTES JURISPRUDENCIALES Y DOCTRINALES DEL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN	16
2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA PROTECCIÓN DEL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN	27
2.1 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS	27
2.2 LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	31
2.3 LA COMUNICACIÓN COMO INDUSTRIA Y COMO EMPRESA	37
2.4 LA COLONIZACIÓN INFORMATIVA	41
2.5 INFLUENCIA POLÍTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS	49
2.6 LA MENTIRA EN LA PROPAGANDA Y EN LA PUBLICIDAD	62
2.7 LA IMPARCIALIDAD, LA VERACIDAD Y LA OBJETIVIDAD EN EL ÁMBITO REAL DE LA DIFUSIÓN INFORMATIVA	67
2.7.1 La imparcialidad	69
2.7.2 La veracidad	76
2.7.3 La objetividad	82
3. MECANISMOS DE PROTECCIÓN AL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN	88

3.1 REGULACIÓN JURÍDICA Y POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS	89
3.1.1 Marco jurídico vigente y recursos legales para la protección del derecho a recibir información	91
3.1.2 Perspectivas jurídicas aplicables	95
3.1.2.1 Normas antimonopolio	98
3.1.2.2 El derecho a la información como un derecho público	99
3.1.2.3 La diversidad de contenidos	100
3.1.3 Políticas públicas de comunicación	101
3.2 INSTRUMENTOS ÉTICOS DE AUTORREGULACIÓN	102
3.2.1 Códigos deontológicos	102
3.2.2 La figura del ombudsman	105
3.2.3 Herramientas jurídicas para la figura del ombudsman	107
3.3 CARACTERÍSTICAS EXIGIBLES A LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR LOS MEDIOS	108
3.3.1 Responsabilidad	108
3.3.2 Pluralismo	109
3.3.3 Veracidad	110
3.4 ACTUACIÓN DEL USUARIO DE LOS MEDIOS PARA UNA RECEPCIÓN CRÍTICA Y ACTIVA	111
3.5 LOS RETOS DE LA COMUNICACIÓN MASIVA	114
3.5.1 La democratización de la información a través de las nuevas tecnologías	114
3.5.2 La agencia latinoamericana de noticias	117
4. CONCLUSIONES	118
BIBLIOGRAFÍA	121
ANEXOS	127

RESUMEN

TITULO: EL DERECHO FUNDAMENTAL A RECIBIR INFORMACIÓN EN EL CONTEXTO DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN *

AUTORES: ALBERNIA DÍAZ, Diana Jimena, y, ARCINIEGAS GUTIÉRREZ, Ricardo Alonso**

PALABRAS CLAVES: Derecho fundamental, información, medios masivos de comunicación, responsabilidad, protección jurídica, deontología, ética de principios, la mentira, manipulación, normas antimonopolio, tecnologías de la información, comunicación alternativa.

DESCRIPCIÓN:

El derecho fundamental a recibir información es un presupuesto indispensable para el goce ciudadano de los demás derechos, para la formación de la opinión pública y constituye también una garantía real de un adecuado desarrollo del sistema democrático. A pesar de la consagración del derecho en mención en instrumentos internacionales y en las Constituciones Políticas de los Estados democráticos, su ejercicio está comprometido por el manejo mediático de la información masiva. Los medios de comunicación, en su mayor parte poderosos emporios económicos, tienden a manipular y presentar la información de acuerdo con sus intereses y en ocasiones asumiendo posturas de connivencia reprochable con el poder político para beneficio mutuo. Las exigencias jurídicas de una información veraz, imparcial y objetiva adquieren una gran complejidad por ser conceptos discutibles para la aplicación concreta en el campo de la información. Sin embargo la investigación conduce a establecer que la veracidad y otros principios como la responsabilidad y el pluralismo constituyen cualidades esenciales para una información confiable.

Se requiere elevar la protección del derecho a recibir información de calidad, con la implementación de normas jurídicas que efectivamente eliminen el monopolio informativo, promuevan la diversidad de contenidos y enfoquen la difusión informativa como un servicio público. También contribuye a la salvaguarda del derecho en estudio, la ampliación de la autorregulación ética periodística y mediática.

La defensa del derecho a recibir información de calidad compromete la recepción crítica del ciudadano, quien debe aumentar su participación personal en el control a los medios, a través de la formación cultural y la denuncia de los abusos de los informadores. De igual utilidad resulta la agrupación de usuarios para intervenciones organizadas y la utilización de las posibilidades tecnológicas en la perspectiva de aumentar y diversificar activamente las fuentes informativas.

* Trabajo de Grado.

** Facultad de Ciencias Humanas. Escuela de Derecho y Ciencias Políticas. Ernesto Rueda Suárez.

ABSTRACT

TITLE: THE FUNDAMENTAL LAW TO RECEIVE INFORMATION IN THE CONTEXT OF THE MASSIVE MEANS OF COMMUNICATION *

AUTHORS: ALBERNIA DÍAZ, Diana Jimena, and, ARCINIEGAS GUTIÉRREZ, Ricardo Alonso **

PASSWORDS: Fundamental law, information, massive means of communication, responsibility, juridical protection, deontology, ethics of principles, lie, manipulation, antimonopoly norms, technologies of the information, alternative communication.

DESCRIPTION:

The fundamental law to receive information is an indispensable budget for the civic enjoyment of the other laws for the formation of the public opinion and it also constitutes a real guarantee of an appropriate development of the democratic system. In spite of the consecration of the law in mention in international instruments and in the Political Constitutions of the democratic States, their exercise is committed by the handling of the massive information. The jeans of comunication, in their biggest part powerful economic emporiums, they spread to manipulate and to present the information agreement with their interests and in occasions assuming postures of impeachable connivance with the political power for mutual benefit. The juridical demands of a truthful, impartial and objective information acquire a great complexity to be debatable concepts for the concrete application in the field of the information. However, the investigation leads to establish that the truthfulness and other principles like the responsibility and the pluralism constitute essential qualities for a reliable information.

Its requires to rise the protection of the law to receive information of quality, with the implementation of juridical norms that indeed eliminate the informative monopoly, promote the diversity of contents and focus the informative diffusion as a public service. Also contributes the safeguard of the law in study, the amplification of the ethical and journalistic autoregulation.

The defense of the law to receive information of quality commits the citizen's critical reception who should increase its personal participation in the control to the means, through the cultural formation and the accusation of the abuses of the informants. Of same utility is the grouping of users for organized interventions and the use of the technological possibilities in the perspective of to increase and to diversify the informative sources actively.

* Work of Grade.

** Faculty of Human Sciences. School of Law. Ernesto Rueda Suárez.

INTRODUCCIÓN

Los derechos fundamentales son el pilar esencial del Estado Social de Derecho y del sistema democrático. Componen la base ideológica de la Constitución Política e irradian todo el ordenamiento jurídico colombiano. Estos derechos constituyen una garantía de primer orden para la protección de la dignidad humana. Su cumplimiento asegura la realización del ideal de convivencia social y de desarrollo personal en un marco de libertad general.

Sin embargo, la distancia entre el ideal normativo y la realidad concreta sigue siendo abrumadora. A pesar de las herramientas legales para el amparo de los derechos y del interés del Estado por mostrarse como efectivo garante de estas prerrogativas, en la práctica los ciudadanos padecen la violación de sus derechos básicos sin que exista una tutela efectiva y general de los bienes jurídicos conculcados.

La presente investigación ha dedicado su estudio a uno de estos derechos fundamentales: el derecho a la información, y particularmente en una de sus especies: el derecho a recibir información. Se propuso establecer si existe una protección real y efectiva de este derecho en el marco de las sociedades democráticas occidentales, acorde con las consagraciones jurídicas nacionales e internacionales y en el contexto de la información suministrada por los medios masivos de comunicación.

Con este fin se planteó examinar la normativa existente en cuanto a la garantía del derecho a recibir información en el nivel nacional e internacional. También se busca analizar la realidad de la comunicación social, dado que es el ámbito específico en el que se desarrollará la investigación.

Este estudio propondrá mecanismos jurídicos y regulaciones éticas alternativas, con el fin de brindar herramientas eficaces al Estado para que sea factible la protección al derecho fundamental en cuestión en el contexto de la comunicación de las masas.

Es de conocimiento general que en la denominada “sociedad de la información”, este elemento se ha convertido en un bien o servicio de primera necesidad, más determinante que en ninguna otra época de la historia humana. Sin una adecuada información el ciudadano carece de criterio para optar en la vida social y política, para la formación de una opinión pública responsable y para elegir a sus representantes de acuerdo con las necesidades y perspectivas reales.

Sin el respeto al derecho fundamental a recibir información confiable, el ciudadano difícilmente podrá gozar del resto de sus derechos, porque sólo un ser humano bien informado puede manifestarse adecuadamente y hacer valer su condición ciudadana en el régimen democrático. El ciudadano desinformado o subinformado es un “borrego”, fácilmente conducido por los poderes que subvierten la democracia.

Los medios de comunicación social nacionales e internacionales ofrecen una inmensa cantidad de información que sigue creciendo paulatinamente en proporciones espectaculares. El bombardeo informativo crea la ilusión de una actualización permanente y de un conocimiento mundial al alcance de todos. Pero el papel de los medios masivos en el tratamiento y difusión de la información ha sido duramente cuestionado desde hace varias décadas.

La crítica se fundamenta en el carácter de emporio empresarial e incluso trasnacional de la mayor parte de los medios masivos. Su naturaleza los ha

hecho manipular la información social al antojo de sus intereses económicos y crear una connivencia con la clase política para perpetuar sus beneficios mutuos. Estas “cajas de resonancia” del poder económico y del poder político mantienen subyugados a los ciudadanos con un manejo de la información acorde con el establecimiento.

La prensa y los demás medios masivos se formaron en el marco democrático como un recurso de los ciudadanos para poner límites al abuso de los poderes, pero ahora la situación pareciera haberse invertido. El llamado “cuarto poder” tendría ahora unas características no imaginadas por los precursores de la libertad de expresión y de la libertad de prensa:

“Si llegado el caso, constituyeran un “cuarto poder”, éste se sumaría a los demás poderes existentes- político y económico- para aplastar a su turno, como poder suplementario, como poder mediático, a los ciudadanos”¹.

Por estas consideraciones, la defensa del derecho a recibir información, consagrado en el Art. 20 de nuestra Constitución Política, requiere no sólo reformas legales y adecuaciones éticas, sino el desarrollo cultural y educativo de los ciudadanos para exigir, investigar, agruparse y ver más allá de lo que le ofrecen los medios. Incluso su acción colectiva debe llevarlos a convertirse en alternativa mediática, en una democracia que propenda verdaderamente por el pluralismo y por el respeto al multiculturalismo.

Se abre el debate cívico sobre:

“¿cómo reaccionar? ¿Cómo defenderse? ¿Cómo resistir a la ofensiva de este nuevo poder que, de alguna manera, ha traicionado a los

¹ RAMONET, Ignacio. El quinto poder. 2004. Pp. 3. On line: www.lemondediplomatique.com

ciudadanos y se ha pasado con todos sus bártulos al enemigo? Es necesario, simplemente, crear un “quinto poder”. Un “quinto poder” que nos permita oponer una fuerza cívica ciudadana a la nueva coalición dominante”².

² Ibid. Pp. 3.

1. EL DERECHO FUNDAMENTAL A RECIBIR INFORMACIÓN

1.1 DEFINICIÓN

El derecho a recibir información veraz e imparcial hace parte de la libertad de expresión, y consiste en la facultad individual y colectiva de recibir cualquier información y de conocer la expresión del pensamiento ajeno. La Corte Constitucional Colombiana lo define de la siguiente manera:

“El derecho a la información es un derecho que expresa la tendencia natural del hombre hacia el conocimiento. El ser humano está abierto a la aprehensión conceptual del entorno para reflexionar y hacer juicios y racionamientos sobre la realidad. Es en virtud de esta tendencia que a toda persona se le debe la información de la verdad como exigencia de su ser personal. El sujeto de este derecho es universal, toda persona – sin ninguna distinción – y el objeto de tal derecho es la información veraz e imparcial”.³

El derecho a recibir información es un derecho fundamental porque es inherente a la condición racional humana y precede por tanto a cualquier ordenamiento jurídico. Además porque corresponde a la propensión natural del hombre a la sociabilidad y cubre en consecuencia a todas las personas sin distinción alguna.

³ Corte Constitucional del Colombia. Sentencia C-488/93. M. P. Vladimiro Naranjo Mesa.

1.2 MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL Y CONSTITUCIONAL

El derecho a recibir información es un derecho fundamental particular que hace parte del derecho genérico a la información. Este derecho a la información a su vez se ha considerado como una faceta de la libertad de expresión, tal y como se consignó en la Declaración Universal de los Derechos Humanos:

“Art. 19: 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 limitaciones de fronteras, por cualquier medio de información.”⁴

Una consagración similar se ha establecido en los Pactos y Convenios Internacionales de carácter regional y global sobre la materia. La Convención Americana sobre Derechos Humanos señala:

“Art. 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión: Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento de su elección.”⁵

Un texto homólogo se estableció sobre este derecho en el Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales

⁴ Declaración Universal de los Derechos Humanos. Catálogo de Divulgación. Bogotá. 1996.

⁵ Convención Americana de Derecho Humanos. Bogotá: Editorial Temis. 1990.

(Roma, 1950) en su Art. 10 y en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (N. Y. 1966) en su Art. 19.

Es así como las normas de Derecho Internacional del ámbito universal y de los ámbitos regionales americano y europeo precisan la ubicación del derecho a recibir información en el campo de la libertad de pensamiento y de expresión. Acorde con esta visión, la Constitución Política Colombiana de 1991 señaló en su Art. 20:

“Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.”⁶

A diferencia de las normas internacionales y nacionales citadas, la Constitución Española de 1978 sostiene una doctrina que trata por separado la libertad de expresión y la libertad de información, según su propia denominación.

El Tribunal Constitucional Español precisa en la Sentencia 107/88 (objeto Navazo) la distinción entre los dos derechos:

“Nuestra Constitución consagra por separado la libertad de expresión – Art. 20.1.a) - y la libertad de información Art. 20.1.d)- acogiendo una concepción dual, que se aparta de la tesis unificadora defendida por ciertos sectores doctrinales y acogida en los Arts. 19.2 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de Nueva York y 10.1 del Convenio para la Protección de los Derechos Humanos y de las

⁶ Art. 20. Constitución Política de Colombia. 1991. Editorial Leyer: Bogotá. 2003.

Libertades Fundamentales de Roma. Según esa configuración dual que normativiza a nivel constitucional la progresiva autonomía que ha ido adquiriendo la libertad de información respecto a la libertad de expresión en la que tiene su origen y con la cual sigue manteniendo íntima conexión y conserva elementos comunes -, la libertad del Art. 20.1.a) tiene por objeto la expresión de pensamiento, ideas y opiniones, concepto amplio dentro del cual deben también incluirse las creencias y juicios de valor, y el de la libertad del Art. 20.1.d) el comunicar y recibir libremente información sobre hechos o tal vez más restringidamente, sobre hechos que puedan considerarse noticiables".⁷

Esta diferenciación que hace la norma constitucional y la jurisprudencia españolas es muy significativa para circunscribir claramente el ámbito del particular derecho a recibir información. Sin embargo, ya se siga la tesis unificadora o la concepción dual, se concluye igualmente que existe una estrecha relación entre los derechos y libertades mencionadas, que en vez de dificultar su estudio, lo enriquecen profundamente.

1.3 ORIGEN Y DESARROLLO HISTÓRICO DEL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN

Como se señaló en el apartado anterior, existe una íntima conexión entre la libertad de expresión, el derecho a la información y su especie el derecho a recibir información. Por tanto al indagar sobre su origen y evolución es necesario remontarse al nacimiento de la libertad de expresión fuente de los derechos en mención.

⁷ DE CARRERAS SERRA, Lluís. Régimen Jurídico de la Información. Barcelona: Editorial Ariel. 1996. Pp. 40 - 41.

La libertad de expresión se desarrolla como concepto con la aparición progresiva de la comunicación social o la comunicación masiva:

"El concepto de libertad de expresión sólo aparece después del siglo XV, gracias a la imprenta se hace posible expresar una idea a nivel colectivo, social; ésta es la que permite el tránsito de la comunicación interpersonal a la comunicación colectiva; a cada una de éstas formas correspondería, respectivamente los conceptos de libertad de opinión y libertad de expresión".⁸

El paulatino desarrollo tecnológico le permite a los seres humanos manifestarse más allá de su círculo personal y expresar sus ideas o informaciones a un número cada vez mayor de receptores. Pero el desarrollo de estos fenómenos se da en un contexto político, social y económico determinado. La nueva revolución cultural es un producto en gran medida de la revolución burguesa. Esta transformación política ambientó la creación de una sociedad amplia, progresista y abierta a nuevas ideas y conocimientos. Los adelantos tecnológicos sirvieron a los propósitos de las olas de renovación social, difundiendo las nuevas ideologías en los órdenes político y económico.

"La imprenta no cumplió un papel como instrumento de difusión cultural y de conformación de opinión sino cuando la burguesía estuvo en el poder; cuando la burguesía necesitó legitimar su poder en la opinión pública, estimuló la imprenta y la información impresa; cuando el industrialismo necesitó mano de obra especializada, técnicos, teóricos fomentó la difusión cultural, la escolaridad plena y cualquier

⁸ TRIANA, Alejandro. Derecho y comunicación. En: Pensamiento Jurídico. Revista de teoría del derecho y análisis jurídico. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Derecho. Ciencias Políticas y Sociales. N° 6. 1996. Pp. 155 – 156.

*tipo de participación cultural basado en el utillaje de imprimir. Pero antes de esto se ha conformado una ideología, un conjunto de libertades, postulados y necesidades”.*⁹

La nueva ideología política y las nuevas necesidades socioeconómicas son el motor que impulsa la aparición y defensa de libertades individuales, pero estos mismos factores condicionan la naturaleza de estas prerrogativas.

*“La libertad y la igualdad definidas por la ideología liberal tienen dos características fundamentales: son puramente jurídicas e implican una abstención del Estado (Duverger, 1970); esto se explica porque su ideología expresaba en su origen la situación de una clase oprimida, pero no oprimida económicamente; la burguesía detentaba en algunos casos mayor riqueza que la nobleza, se trataba de una opresión por las leyes y por el Estado”.*¹⁰

En consecuencia, esta formulación puramente jurídica de la igualdad y de las libertades no contempló el ejercicio práctico de las mismas. A pesar de expresarse a título universal, para todos los seres humanos, en la práctica su ejercicio se restringiría a la elite que los impulsa, a los nuevos dueños del poder político: La burguesía comercial e industrial. Los privilegios de la nobleza desaparecen, los reyes hereditarios son desplazados por asambleas elegidas que representan a la nueva clase dominante. Estos profundos cambios tienen su máxima expresión en el escenario Europeo del siglo XVIII.

En los siglos XIX y XX se consolida el sistema capitalista alrededor del mundo y el ejercicio de la libertad de expresión se trasladó a la utilización de los medios de comunicación masiva de información, integrados a su vez al

⁹ *Ibíd.* Pp. 156.

¹⁰ *Ibíd.* Pp. 157.

sistema de mercado global. El primer medio masivo que se desarrolla es la prensa escrita, en Europa y América principalmente.

A partir de la segunda mitad del siglo XIX la prensa europea se convierte en el gran medio de difusión de masas, junto con ella entra en escena la fotografía que proporciona medios visuales de información de gran impacto: “la primera vez que se usó la fotografía en un medio de comunicación fue en 1854 en el Illustrated London News, que publicó fotograbados de la guerra de Crimea y en 1.880 se logra la primera reproducción de una fotografía en la prensa en el New York Daily Graphic”.¹¹

En el siglo XX la difusión de información y noticias se multiplicó con la expansión de la prensa escrita a todas las regiones del globo y con la aparición de nuevos sistemas de transmisión de información a distancia: la telegrafía, la radiotelefonía y la televisión. El soporte de estas nuevas tecnologías es la electricidad aprovechada y encauzada por el desarrollo científico: “la electricidad ya no es solamente el soporte instrumental de la prensa, sino cauce de nuevos medios de comunicación como la radio, el cine o la televisión; la electricidad llega a eliminar la distancia entre la emisión – no el hecho – y los centros interesados en su recepción.”¹²

Esta expansión de las comunicaciones no responde solamente a una evolución de la difusión informativa sino sobre todo a las necesidades de la industria y del comercio mundial. Los medios masivos se constituyen de ésta manera en un gran proyecto económico que dinamiza la expansión del capitalismo mundial.

¹¹ Ibid. Pp. 158.

¹² Ibid. Pp. 159.

Frente a este panorama socioeconómico la posición del individuo como sujeto de derechos es crítica. La sociedad en su conjunto se transforma ante la red de las comunicaciones que penetra en todos sus espacios:

*“las masas interesan como claves de la opinión pública; como consumidores susceptibles de persuasión, consumidores de ideas, productos y proyectos nacionales de los grandes líderes de la economía y la política que protagonizan la expansión del imperialismo del siglo XIX y comienzos de éste (siglo XX); la radio se convierte en un medio de masas efectivo en pocos años; y en 1932 ya desempeña un papel fundamental en lavados colectivos de cerebros practicados por la propaganda nazi”.*¹³

La revolución tecnológica consolidada en el siglo XX facilitó el desarrollo portentoso de los medios masivos de comunicación (satelización generalizada de las transmisiones, extensión de la comunicación por cable, consolidación del ciberespacio y sus redes informativas), y una complejización correlativa del ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a recibir información.

Fraguado el desarrollo industrial y tecnológico de las comunicaciones en el contexto de la expansión capitalista, asumió de este ámbito muchas de sus características. La mayor parte de organizaciones mediáticas se transformaron en grupos comerciales de gran tamaño, convirtiéndose en corporaciones transnacionales con inmenso poder mundial. Las leyes del mercado colonizaron los entes informativos y de esta forma la prensa, la radio, la televisión y otros medios se afirmaron como empresas altamente competitivas, en camino hacia los monopolios.

¹³ Ibid. Pp. 15.

Es innegable que el derecho a la información de los ciudadanos se vio afectado en este particular ambiente de comercialización de los productos informativos. En la modernidad ilustrada de los siglos XVII y XVIII y aún hasta el siglo XIX los intelectuales y políticos progresistas defendieron la libertad de prensa como una herramienta útil para limitar el poder del Estado y controlarlo.

*“Además, como Habermas, entre otros, ha demostrado, el desarrollo de los medios de comunicación basados en la imprenta ha jugado un importante papel en el surgimiento de estas formas de vida pública y en la articulación de un tipo de opinión pública distinto, y potencialmente crítico, de las doctrinas oficiales del Estado”.*¹⁴

En el ascenso de la burguesía y en el establecimiento de formas de organización política más democráticas influyó decididamente la existencia de medios aptos para expresar ideas y opiniones variadas a un público igualmente plural e inconforme. Como lo señalan algunos autores:

“Es en este contexto en el que podemos apreciar el significado de la defensa liberal clásica de la libertad de prensa. Escribiendo a principios del siglo XIX, en un tiempo en que la industria periodística en Gran Bretaña hacía campaña contra la obligatoriedad de sellar las impresiones, pensadores liberales como Jeremy Bentham, James Mill y John Stuart Mill hicieron una elocuente defensa de la libertad de prensa y una sugerente explicación de su papel en el cultivo de la vida pública más allá del Estado. Vieron la libre expresión de las opiniones a través de los órganos de una prensa independiente como uno de los principales medios a través de los que se podían expresar puntos de

¹⁴ THOMPSON, John B. Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Ediciones Paidós. 1998. Pp. 300.

vista variados, y formar una opinión pública ilustrada, y se podían sacar a colación los abusos del poder del Estado por parte de gobiernos corruptos".¹⁵

Es evidente el loable papel que pudo desempeñar la prensa en ese particular ambiente social y político de la modernidad. La defensa liberal clásica de la libertad de prensa es uno de los estandartes más significativos en el proceso de apertura a sociedades más amplias ideológicamente.

Sin embargo, el mundo del siglo XX y del actual siglo XXI tiene un carácter muy diferente al europeo de los siglos XVIII y XIX. Por tanto, no es posible seguir aplicando la misma teoría liberal clásica a la época actual sin hacerle algunas modificaciones sustantivas teniendo en cuenta las características actuales de la sociedad y de las empresas mediáticas. Por una parte ya se había mencionado "la creciente concentración de los recursos en las industrias mediáticas, encabezando la formación a gran escala de conglomerados de comunicación con intereses en una amplia gama de actividades mediáticas"¹⁶ y con una participación significativa en diversas actividades comerciales. De otro lado, la globalización ha interconectado como nunca a todos los pueblos, de tal forma que el mundo contemporáneo vive con simultaneidad la ocurrencia y registro de los acontecimientos; y las diversas opiniones o movimientos ideológicos tienen ecos inmediatos en regiones distantes a sus lugares de origen. Las poderosas y monopólicas agencias de noticias, junto con los grandes canales de televisión y los más influyentes periódicos configuran una "realidad mundial" con base en los hechos, con sus particulares visiones e intereses concretos. Estos mercaderes y dueños de la información constituyen grandes corporaciones privadas, con acciones y objetivos comerciales disímiles.

¹⁵ Ibid. Pp. 306.

¹⁶ Ibid. Pp. 307.

Mientras que para los primeros pensadores liberales, el Estado constituía la gran amenaza contra la libertad de expresión y contra las libertades individuales, para la era actual los mismos entes informativos constituirían una amenaza al derecho a recibir la información. En el siglo XIX era dable pensar que la libre empresa garantizaría la libertad de expresión, pero esa presunción no es cierta hoy en día:

“La libertad de expresión fue enfrentándose de manera progresiva a una nueva amenaza, amenaza que no procedía del excesivo uso de poder Estatal sino, por el contrario, del libre crecimiento de las organizaciones mediáticas qua empresas comerciales. Una aproximación del tipo laissez – faire a la actividad económica no es necesariamente la mejor garantía de libertad de expresión dado que en un mercado no regulado podría, a la larga, dar lugar a una reducción de la diversidad y los límites de la capacidad de la mayoría de los individuos para llevar a cabo su manera de ver las cosas”.¹⁷

El mercado mundial de los medios concentrado en unas pocas manos o dependiente de unos pocos países, privilegia unas particulares visiones del mundo y unos determinados enfoques del acontecer mundial. A su vez, discrimina realidades locales y deforma la panorámica regional de las áreas subyugadas a la influencia de los centros de poder económico y comunicacional.

Los procesos sociales y culturales asociados a derechos fundamentales no pueden ser dejados al arbitrio de la actividad comercial. Incluso la publicidad de bienes de consumo a través de los medios informativos se superpone a

¹⁷ Ibid. Pp. 308.

las consideraciones de derechos fundamentales de los ciudadanos a los cuales se dirige:

*“... dejado a su aire, el mercado no necesariamente cultiva la diversidad y el pluralismo en la esfera de la comunicación, como otros dominios de la industria, las mediáticas se guían por la lógica del beneficio y la acumulación del capital, y no existe necesariamente una correlación entre la lógica del beneficio y el cultivo de la diversidad”.*¹⁸

Este recorrido histórico sobre el desarrollo del derecho a recibir información esta ligado indiscutiblemente con la aparición y expansión de los medios masivos de comunicación social permite observar el panorama actual con una serie de inquietudes. De un lado se plantea el problema de examinar el papel del Estado en la protección del derecho en mención y la necesaria regulación de los medios de masas. Pero por otra parte la globalización de las comunicaciones expone la necesidad de una regulación internacional de los entes informativos, tarea que presupone enfrentar a poderosos conglomerados y a sus aliados estatales. Esta labor reguladora estaría en manos de las organizaciones multilaterales y con el necesario consenso de las naciones.

1.4 REFERENTES JURISPRUDENCIALES Y DOCTRINALES DEL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN

Se ha elaborado por la doctrina y la jurisprudencia tanto nacional como internacional, una amplia exposición del derecho recibir información, enmarcado en su género, el derecho a la información, y en el contexto global de la libertad de expresión.

¹⁸ Ibid. Pp. 309.

La Corte Constitucional Colombiana ha señalado que:

*“el de la información es una derecho de doble vía, en cuanto no esta contemplado, ni en nuestra Constitución ni en ordenamiento ni en declaración alguna, como la sola posibilidad de emitir informaciones, sino que se extiende necesariamente al receptor de las informaciones y, más aún, como ya se dijo, las normas constitucionales tienden a calificar cuales son las condiciones en que el sujeto pasivo tiene derecho a recibir las informaciones que le son enviadas. No siendo un derecho en un solo y exclusivo sentido, la confluencia de las dos vertientes, la procedente de quien emite informaciones y la alusiva a quien las recibe, cuyo derecho es tan valioso como el de aquel, se constituyen en el verdadero concepto del derecho a la información”.*¹⁹

Esta jurisprudencia señala específicamente la relación de igualdad de derechos entre emisores de noticias y los ciudadanos receptores, denominados “sujetos pasivos”, quienes son los titulares del derecho específico a recibir información. Pero este particular derecho tiene unas condiciones que la Carta Constitucional le otorga: la información sobre la que se tiene prerrogativas ha de ser imparcial y veraz. Estas características de la información se han establecido como garantías ideales para la necesaria formación de lo que se ha denominado opinión pública.

En una sociedad democrática es prioritario que los ciudadanos tengan un conocimiento amplio de su realidad, con la apreciación oportuna de noticias singulares y con la formación, crítica y debate del parecer colectivo sobre una cuestión determinada o sobre la marcha general de la sociedad.

¹⁹ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T- 512/92. M. P. José Gregorio Hernández.

Al respecto el Tribunal Constitucional Español ha afirmado:

*“Para que el ciudadano pueda formar libremente sus opiniones y participar de modo responsable en los asuntos públicos, ha de ser también informado ampliamente de modo que pueda ponderar opiniones diversas e incluso contrapuestas (...) La información entraña el reconocimiento y la garantía de una institución política fundamental, que es la opinión pública, indisolublemente ligada con el pluralismo político”.*²⁰

De esta forma la información que recibe el ciudadano común no debería ser falsa o parcializada, porque se estaría conculcando su derecho fundamental y se atentaría contra el orden jurídico – político del sistema democrático. En la democracia, que presupone como ideal la deliberación de los asuntos públicos, el ciudadano debe estar bien informado para aportar su buen juicio y su razonamiento político desde el lugar que ocupe en el conglomerado social. Esta situación se hace más patente en época electoral donde cada ciudadano que se acerca a las urnas, o aún el que se abstiene, debe valorar las opciones políticas y decidir con base en la información que ha recibido.

En conclusión, si la información que reciben los ciudadanos tiene alguna afectación como: manipulación, descontextualización, desenfoque, ocultamiento, falseamiento, deformación, parcialización, subjetivización, fragmentación o demás opciones posibles de alteración, se atenta contra el sistema democrático y obviamente contra el propio individuo en forma grave. En este planteamiento ideal, privar a los ciudadanos de elementos de juicio adecuados con la alteración de la información, burlaría la capacidad de raciocinio y de razonabilidad de los ciudadanos y se adulteraría por la base las reglas de juego del sistema democrático.

²⁰ Tribunal Constitucional Español. Sentencia C-59/86.

Sin embargo, la realidad social y mundial está llena de matices y no es posible ver en blanco y negro los fenómenos informativos y de la comunicación en general. Como se exploró en el apartado anterior, la evolución de la difusión de información ha deparado en que los agentes actuales sean emporios empresariales que en mayor y en menor escala le cuentan al mundo todos los días cual es su “realidad” y posiblemente le indican de muchas maneras que ruta seguir en la existencia individual y social. Estos monstruos del mercado de la información llamados “mass media”, “medios masivos” o medios de comunicación social se han consolidado como el nuevo poder de la modernidad y de la postmodernidad. Aliados u opuestos o controlando a los gobiernos siempre tienen un papel determinante en el desarrollo o proyección de la humanidad, situación que se hace cada vez más compleja e intrincada con la sofisticación de las nuevas tecnologías de la información.

En medio de estas concretas situaciones, surge de plano una evidencia que acompañará el desarrollo de este trabajo: la protección del derecho fundamental a recibir información veraz, imparcial y objetiva de los ciudadanos está en medio de un limbo de poder, porque dicha información es suministrada al público en su mayor parte por empresas comerciales con particulares intereses económicos y políticos; y que dado el grado de su poder y por la complejidad de la información, se hace titánica la labor de controlar el que cumplan su obligación ética y jurídica de respetar los valores consagrados en las Cartas Constitucionales y en los instrumentos internacionales.

Por otra parte es necesario cuestionar los conceptos de veracidad, imparcialidad y objetividad porque dado su carácter absoluto e ideal se hacen impredicables en estricto sentido de la labor informativa. El curso de esta

investigación y análisis procurará plantear alternativas frente a esta situación que devengan en una protección real del derecho en estudio.

Sin embargo, es necesario recorrer la exposición tradicional para ampliar la visión de conjunto sobre este particular tema. Los tratadistas en concordancia con los ordenamientos jurídicos nacionales y con los instrumentos jurídicos internacionales exigen de la información sus prístinas características:

*“La libertad de información en el sentido activo a que nos referimos, es un concepto más restringido que el de la libertad de expresión, porque implica el derecho a comunicar información sobre hechos noticiables que pueden y deben someterse al contraste de su veracidad. La libertad de información es propia de la profesión periodística (...) pero aquí entendemos la libertad de información como libertad de prensa, en su amplio sentido de comunicar noticias, hechos, sucesos reales, susceptibles de prueba, sin perjuicio de que vayan acompañados de comentarios o valoraciones subjetivas, inevitables y oportunos en un medio de comunicación”.*²¹

La información que difunden los medios de comunicación social a la vez que es un derecho fundamental del ciudadano, es un factor que como se ha analizado, influye en la estructura social. Puede llegar a convertirse en una arma – situación evidente en las guerras – o en un instrumento salvador de vidas humanas, como en el caso de la prevención de desastres. De ahí que pareciera lógico concluir que la verdad en la información representa un factor de bienestar social y la mentira informativa un mecanismo de subyugación o destrucción.

²¹ Op. Cit. DE CARRERAS SERRA. Pp. 47.

La jurisprudencia nacional exige de la información además de veracidad, imparcialidad y objetividad, una especie de neutralidad ideológica:

“No se trata solamente de establecer si la información que se suministra al público tiene sustento en la realidad. También corresponde a los derechos del receptor de la noticia el de la certidumbre en que la forma de transmisión o presentación de ella sea objetiva, es decir, se halle despojada de toda manipulación o tratamiento arbitrario; libre de inclinación tendenciosa y deliberada; ajeno a la pretensión de obtener de las informaciones efectos normalmente no derivados de los hechos u opiniones que las configuran, considerados en sí mismos, sino del enfoque usado por el medio para distorsionarlos”²².

En consecuencia, no basta que el registro noticioso corresponda a un hecho efectivamente situado en el marco espacio-temporal, sino que la forma en que se presente no responda a un interés o propósito particular, que no se le de un enfoque artificial, sino que sean presentados con la mayor transparencia.

Las consideraciones que se han expuesto recargan sobre los medios masivos en general y sobre los periodistas en particular una enorme responsabilidad social porque en sus manos se halla aparentemente el buen o mal uso de la información.

El hecho de que el derecho a la información sea de carácter fundamental eleva la gravedad de su tratamiento.

²² Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-512/92. M. P. José Gregorio Hernández.

La Corte Constitucional Colombiana enfatiza este aspecto:

“Repárese en que la libertad en referencia no ha sido concebida exclusivamente en beneficio y para uso de los medios y de los periodistas, esto es de los emisores de pensamiento, opiniones e información, pues no se trata de una libertad de sujetos calificados, sino que – allí radica su carácter de fundamental- cubre a todas las personas, por el hecho de serlo, sin ninguna distinción por razones de sexo, raza, profesión, nivel social o económico (artículo 13 de la Constitución Política). Dada la naturaleza racional del hombre y su también natural tendencia a la sociabilidad, y habida cuenta de la existencia de la sociedad y de los indispensables vínculos del individuo con ésta, es suficiente ser persona para tener derecho a ejercer y reclamar esta garantía”²³

La existencia de este derecho presupone el correlativo deber que tiene un grupo determinado de personas y organizaciones que se profesionalizan en el área de la información. La especialización en comunicación de estos ciudadanos y los entes que se conforman no es gratuita, porque su ejercicio los condiciona a transmitir la información de una manera adecuada. Por otra parte, en concreto, la posibilidad de acceder a la fuente de las informaciones por parte de los ciudadanos no depende sólo de la labor del periodista y de los medios:

“La efectividad de este derecho depende de varios factores; ante todo; de la disponibilidad de canales de información, de técnicas y de materiales para investigar; se requiere también de capacidad intelectual en el sujeto, es decir educación y por último que la persona

²³ Ibíd.

posea unas condiciones económicas que le aseguren la disponibilidad de tiempo libre para ejercer su derecho”²⁴

La materialización del derecho a la información está condicionada por la disponibilidad de medios técnicos, un adecuado nivel cultural y una solvencia económica que genere condiciones de vida apropiadas para dedicar espacios de ocio al ejercicio activo del derecho. Aquí converge la actividad del Estado y la del individuo; aquel en procurar el generar posibilidades materiales como infraestructura de servicios técnicos, apertura al exterior y bienes culturales; y el ciudadano en su deber de formarse en la búsqueda activa y crítica de la información.

Aunado a lo anterior, el pleno ejercicio del derecho a recibir informaciones y opiniones conlleva la posibilidad de tener alternativas de medios, variedad de instrumentos que ofrezcan un pluralismo informativo.

El papel de los medios es fundamental para el ejercicio del derecho a recibir información por parte de los ciudadanos y su responsabilidad es inobjetable. La trasgresión evidente a los más elementales deberes acarrea una infracción jurídica a normas fundamentales porque:

“el derecho a informar llega hasta el punto en el cual principie a invadirse la esfera del derecho de la persona y la comunidad, ya no únicamente a recibir informaciones sino a que ellas sean veraces e imparciales. De donde surge como lógica e ineluctable consecuencia que las informaciones falsas, parciales o manipuladas no corresponden al ejercicio de un derecho sino a la violación de un

²⁴ Op. Cit. TRIANA. Pp. 160.

derecho, y como tal deben ser tratados desde los puntos de vista social y jurídico.”²⁵

Seguramente la comprobación jurídica de la infracción o violación de este derecho es factible en los eventos bastante evidentes y particulares. Se deriva en consecuencia la responsabilidad penal por el abuso del informador de su libertad y la responsabilidad civil por los perjuicios causados con su actuación indebida. Aparte de ello de cara a la opinión pública se enfrenta la responsabilidad social, el juicio ético a una conducta reprochable.

En la práctica periodística, las personas que se sienten perjudicadas en su vida, honra o bienes por una información inexacta, errónea o falsa que suministra un medio de información, tienen el derecho de exigir la rectificación y si ésta es negada quedan habilitados para exigir en la instancia judicial la rectificación requerida con el mismo despliegue en el medio que la información original discutida. Claro está, el ciudadano que reclama este derecho debe aportar la prueba respectiva:

“Ahora bien la rectificación cuando hay lugar a ella porque en efecto se haya constatado que la información no correspondía a los lineamientos constitucionales, constituye una obligación del medio. No se trata de una liberalidad o de un acto generoso de su parte. Quien ha sido afectado por la información hace uso de un derecho del más alto rango, de tal modo que, dándose las condiciones analizadas, el medio no puede escoger entre acceder a la rectificación o negarla. Si hubo inexactitud, falsedad o manipulación de la información, tiene que rectificar.”²⁶

²⁵ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-512 /92. M. P. José Gregorio Hernández.

²⁶ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-332/93. M. P. José Gregorio Hernández.

En suma, vistas las características del fundamental derecho a recibir información y analizadas sus implicaciones sociales a la luz de la jurisprudencia y la doctrina no sobra enfatizar el papel de esta prerrogativa en la protección de los demás derechos y en la supervivencia del orden democrático:

“En el Estado Social de Derecho, los derechos fundamentales adquieren una nueva dimensión. Sin la libertad de comunicar – y por tanto de recibir – información, quedarían vacíos de contenido los demás derechos que la constitución consagra (S T C 6/81 periodistas de San Sebastián) ya que el Artículo 20 C.E. no sólo protege un interés individual, sino que los derechos que reconoce son garantía de la opinión pública libremente formada, indisolublemente ligada con el pluralismo político.”²⁷

Aquí se advierte con claridad una doble dimensión del derecho a la información. Por una parte como derecho subjetivo, como prerrogativa individual, presupuesto del ejercicio de los demás derechos; y como derecho objetivo de garantía institucional al constituirse en fundamento del Estado social de Derecho como poder fundante del régimen legal democrático. Es en este ámbito donde el pluralismo político pasa a ser factor esencial del régimen popular, pluralismo que no es posible concebir en una sociedad sin garantías para la formación de una opinión pública libre.

Andrés Honorour señala en este sentido la relación inevitable entre el respeto del derecho a la información y el fortalecimiento de los regímenes democráticos:

²⁷ Op. Cit. DE CARRERAS SERRA. Pp. 41.

“En un régimen de democracia directa, hacia la que deben tender las democracias occidentales, se necesita una información particularmente seria y responsable para que los ciudadanos escojan sus gobiernos con conocimiento de causa y estén en condiciones de comprobarlo por medio de movimientos de opinión. Si no su participación en la cosa política no sería más que una ficción y también lo serían muy pronto sus libertades fundamentales”²⁸

²⁸ HONORIOUR, Andrés. Derecho Constitucional e Instituciones Políticas. Barcelona: Editorial Ariel. 1980. Pp. 124.

2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA PROTECCIÓN DEL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN

2.1 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

En el capítulo precedente se analizó el surgimiento histórico del derecho a recibir información, junto con la aparición gradual de los llamados medios de comunicación masivos, los cuales posibilitaron el ejercicio de un sinnúmero de prácticas sociales, entre ellas la comunicación social. Es necesario profundizar en las características de los medios masivos con la pretensión de evaluar sus implicaciones en el manejo de la información social y en la protección del derecho fundamental en estudio.

En términos genéricos se puede entender por medios de comunicación cualquier instrumento que hace las veces de vía para llevar información de un sujeto a otro u otros. En la sociedad moderna han llegado a su plenitud los clásicos medios masivos de comunicación: la prensa escrita, la radiodifusión y la televisión. Junto a ellos se ha desarrollado el conjunto de las nuevas tecnologías de la información, basado en la informática, la electrónica y los progresos satelitales. Todos estos avances en comunicación mantienen interconectado el planeta en forma inusitada y la información fluye formalmente por múltiples canales.

Sin embargo, el sistema de comunicación social tiene numerosos críticos y detractores en varios sentidos. Desde la crítica socio-política se afirma que “los medios de comunicación de masas, en primer lugar no constituyen realmente un vehículo de la comunicación humana. La comunicación implica diálogo, intercambio y los medios de comunicación de masas hablan pero no

admiten respuesta. Son en todo caso medios de transmisión o de difusión.”²⁹ Esta postura resalta la pasividad a que se reduce, por lo general, a los receptores de los medios. Los ciudadanos asumen en el panorama de la comunicación el rol de consumidores de información diversa, de propaganda y publicidad. Se convierten en esta forma en engranajes de una maquinaria globalizada y orientada al servicio de intereses concretos.

La perspectiva crítica cataloga a los medios masivos como un nuevo mito sustentado para la dominación económica:

*“Los estudios sobre la comunicación de masas reflejan estas constantes: escamoteo de los conceptos de clases, sicologización de los fenómenos sociales, énfasis en el individuo aislado, la familia y el grupo pequeño. Al viejo mito burgués de la ‘opinión pública’ lo sustituye el nuevo mito de los ‘medios masivos de comunicación’ y ‘la cultura de masas’.”*³⁰

Frente a estas consideraciones de la izquierda política, la realidad social y la práctica política obligan a la sociedad, a los gobiernos y a las instituciones en general a aprovechar las ventajas y espacios de encuentro generados por los medios masivos, para orientar el desarrollo social y económico. Este es al menos el ideal que se proponen quienes enfrentan el reto de reelaborar la teoría y práctica de las comunicaciones masivas, desde la academia y desde los órganos políticos nacionales e internacionales.

La realidad social muestra el arraigamiento y penetración de los medios masivos hasta los espacios más íntimos de la familia y el individuo. La proclamada “sociedad de la información” ha hecho su aparición plena en los

²⁹ MALAGÓN, Alberto. Noticia e ideología. Santo Domingo: Editorial Universidad Autónoma de Santo Domingo. 1977. Pp.18.

³⁰ *Ibíd.* Pp. 30.

albores del siglo XXI. Entre los medios, la televisión es hasta la actualidad el medio más influyente en la sociedad, como lo señala la Corte Constitucional en un análisis sobre el derecho a la información:

*“La televisión, sobra decirlo, ocupa un lugar central en el proceso comunicativo social. La libertad de expresión y el derecho a informar y ser informado, en una escala masiva, depende del soporte que les brinda el medio de comunicación. La opinión pública, no es ajena a las ideas e intereses que se movilizan a través de la televisión. Por consiguiente el tamaño y la profundidad de la democracia, en cierta medida resultan afectados por la libertad de acceso y el pluralismo que caracterice a la televisión y ellas, sin lugar a dudas, pueden resentirse cuando el medio se convierte en el canal propagandístico de la mayoría política, o más grave aún de los medio económicos dominantes”.*³¹

La jurisprudencia advierte el papel preponderante de la televisión en la conformación de la opinión pública y la necesidad de que opere con libertad y pluralismo para la salvaguarda de los derechos fundamentales, como el derecho a recibir una información confiable. Sin embargo, esta supremacía de la televisión está siendo disputada en la actualidad por las llamadas “nuevas tecnologías de la información” generadoras de una revolución social de la comunicación:

“Se pueden destacar tres grandes tendencias en esta revolución: la abundancia de posibilidades de comunicación que sucede a la anterior penuria; la globalización de esas posibilidades, es decir, que ya no hay ningún punto de la tierra que quede fuera del alcance y que, por primera vez, se establecen sistemas mundiales de comunicación; y,

³¹ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-497/95. M. P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

por último, la individualización, es decir, que los nuevos medios tales como casetes y discos, tele-distribución, teleinformática, teletextos y otros procedimientos significan cada vez más para el individuo la posibilidad de comunicar directamente con sus semejantes”.³²

En medio de estos procesos revolucionarios de la comunicación, es la Internet el medio más versátil y polémico. El espacio cibernético le otorga la posibilidad a cualquier usuario de convertirse en emisor de información escrita o visual a través de su propia página virtual y, tiene un acceso en buena parte ilimitado a gran cantidad de páginas con información y entretenimiento de toda clase. Estas propiedades de la red se deben a los fines iniciales de su creación:

“Eran aún los tiempos de la guerra fría; para hacerse invulnerable a un ataque nuclear, la red se diseñó sin depender de ningún comando o autoridad central, lo que en la práctica significa que ésta no tiene un propietario en el estricto sentido del término, ni depende de nadie para que funcione, ni hay alguien con el poder real para excluir a otro de la red. No existe un interruptor que pueda desactivar el sistema en caso de emergencia”.³³

Un ejemplo importante de la accesibilidad y versatilidad del Internet la ofrece Salam Pax, Iraquí, quien ha creado una página virtual con ocasión de la reciente invasión a Irak y registra en el medio cibernético una especie de diario con apuntes vívidos desde Bagdad, en donde mezcla impresiones recogidas en las calles con noticias televisivas. De acuerdo con varias agencias de noticias se han multiplicado los lectores de esta particular página virtual. Por otra parte, ha causado un gran impacto mundial la publicación en

³² D'ARCY, Jean. El derecho humano a comunicar. Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación. N° 36. UNESCO. París. 1976. Pp. 9.

³³ Op. Cit. TRIANA. Pp.169.

la red de videos y fotografías reveladores, como en los casos de los abusos a prisioneros Iraquíes por parte del ejército norteamericano y el testimonio gráfico espectacular del desastre ocasionado por el maremoto de diciembre de 2004 del sur de Asia.

A pesar de estas propiedades del ciberespacio y las nuevas tecnologías de la información, siguen teniendo preponderancia los tradicionales medios: televisión, radio y prensa, por su mayor penetración social y cultural, junto con el arraigo extendido de sus soportes técnicos y sistemas de difusión. De todas maneras los medios emergentes modificarán aún más en el mediano y largo plazo el ámbito del manejo de la información, no necesariamente desplazando a los históricos medios, sino complementándolos en determinadas capas sociales y en espacios culturales y educativos diversos.

2.2 LAS FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

En la perspectiva del papel protagónico que cumplen los medios de comunicación masivos en todos los ámbitos de la sociedad humana y en particular con relación a la salvaguarda del derecho fundamental de los ciudadanos a recibir información, resulta procedente analizar en concreto las funciones que desempeñan real e idealmente dichos medios en el conjunto social.

De acuerdo con los especialistas en las ciencias de la información:

“Han sido tres las tradicionales (funciones) del periodismo: la de informar (reflejar la realidad), la de formar (interpretarla) y la de entretener (ocupar el ocio). En cualquier caso, lo fundamental reside en la mediación entre las diversas instancias de una sociedad y los

*distintos públicos. Según Gomis, el periodismo interpreta la realidad social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla”.*³⁴

A las esenciales funciones que la anterior cita atribuye al periodismo, habría que agregar su papel en el modelamiento social. La comunicación social ofrece unos patrones de lenguaje, de roles sociales, de relaciones personales y de relaciones con los objetos materiales. Incluso, explícita o implícitamente, llega a proponer normas éticas y morales. No sobra señalar que al referirse a las características y funciones de los medios, los especialistas en comunicación concretan sus funciones en el papel de los agentes primordiales en el manejo de la información: los periodistas.

En el mismo sentido se señala que:

*“a las tres funciones clásicas hay que añadir en la actualidad una cuarta: la tematización. Por tematización se entiende el mecanismo de formación de la opinión pública en el seno de la sociedad post-industrial, a través del temario de los medios de comunicación. Denominamos temario al conjunto de contenidos informativos y noticiosos extensibles en un medio”.*³⁵

Esta última función hace referencia al proceso mediante el cual los medios seleccionan los temas según su criterio o interés y los proponen en la palestra pública. Aparte de las noticias inevitables por su importancia, los medios tendrían la libertad de conformar su “menú” noticioso, de obligatoria recepción para quienes habitual u ocasionalmente los sintonizan o leen.

³⁴ DE FONTCUBERTA, Mar. La noticia: Pistas para percibir el mundo. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A. 1993. Pp. 34.

³⁵ *Ibíd.* Pp. 35.

Ante la decadencia de la lectura y de la búsqueda cultural más allá de los planteles educativos y de los círculos académicos, los medios de comunicación se han transformado en los primeros impulsores de la promoción de conocimientos. En numerosos ambientes los ciudadanos saben sólo aquello que la televisión dice:

“La gente habla de lo que hablan la televisión, la radio y la prensa, e ignora la acontecimientos sucedidos más allá de un entorno próximo, que no han merecido la calificación de noticiables. Se ha llegado a decir que todo lo que no aparece en los medios no existe o no es importante.”³⁶

Sin embargo, sería ingenuo creer que los medios se han convertido en los maestros genuinos de la información y del conocimiento. Aunque existen canales de TV científicos y prensa especializada, la mayor parte de los medios masivos le dan a la información y al conocimiento un tratamiento fragmentario y superficial. Aparte del registro noticioso y de un esbozo conceptual básico, no puede exigírsele mucho más a los medios. Y si se tiene en cuenta la Internet, ya es un lugar común afirmar que gran parte de su contenido es poco fiable. Por lo anterior se ha considerado que:

“es una paradoja inquietante - ya al final del milenio, en que se inventó la democracia moderna, la imprenta y la Internet- que a más y más información, estemos en realidad desinformados o subinformados, y tal vez ello se deba a la creencia errática de confundir masas de datos con información, y lo que es peor, con conocimiento”.³⁷

³⁶ *Ibíd.* Pp. 35.

³⁷ RUEDA SUÁREZ, Ernesto. *En*: GÓMEZ ORTIZ, Armando. Los candidatos presidenciales. El Tiempo y El Espectador. 1998. Bucaramanga: Publicaciones UIS. 1999. Pp. 2.

En suma, es evidente desde cualquier perspectiva analítica que la sociedad no puede limitarse a la recepción pasiva del contenido informativo que ofrecen los medios masivos. El hecho de que los ciudadanos carezcan de perspectivas culturales más amplias puede conducir a la sociedad a la homogeneización y al adoctrinamiento colectivo. Sobre todo si los medios preferidos son más bien escasos.

No puede olvidarse que los medios – la mayor parte de ellos constituidos con capital privado – son empresas económicas.

*“Además de las funciones sociales de informar, entender y tematizar, los medios persiguen una función comercial: la de ganar dinero. La progresiva priorización de los aspectos comerciales implica también, un progresivo abandono de las funciones sociales de informar y formar. En demasiadas ocasiones lo que importa no es que el público esté informado, sino que consuma medios del mismo modo que consume coches, bebidas o electrodomésticos. A partir de ahí se potencia la función de entretener a cualquier precio, lo que en muchos casos implica una pérdida de la responsabilidad social atribuida al periodismo”.*³⁸

El factor comercial es, en esta medida, un peligroso elemento potencialmente perturbador de los fines y exigencias sociales de los medios. En este sentido es importante hacer hincapié en otras funciones de los medios de comunicación social desde el punto de vista jurídico-político democrático.

En primera instancia, se le atribuye a los medios el papel de inspeccionar y controlar la organización y funcionamiento del gobierno y demás ramas del poder público. Esta función está íntimamente ligada a la protección del

³⁸ Op. Cit. DE FONTCUBERTA. Pp. 36.

interés social. Los medios en el plano ideal deben ejercer una atenta labor de denuncia de todos los actos y hechos de las entidades públicas que por corrupción, negligencia o ineptitud perjudiquen al conjunto social. En general, los medios se constituirían en defensores del bienestar público previniendo y alertando sobre todo tipo de situaciones y eventos sociales, económicos o ecológicos que constituyan detrimento para los ciudadanos u obstáculos para el desarrollo óptimo de la vida común.

En el sistema democrático los medios de comunicación masivos deberían también fomentar los principios que el régimen defiende, para:

*“suscitar un sentimiento popular democrático producido por la asimilación consciente de los principios democráticos básicos – tolerancia, pluralismo, respeto a los derechos humanos, publicidad de los actos del poder publico, responsabilidad de los funcionarios, inexistencia de inmunidades del poder, etc.”.*³⁹

La anterior sería una labor encomiable que quizá en parte desarrollan algunos medios. Lamentablemente no todos los intereses personales y sociales son filantrópicos, y el ejercicio práctico de la labor periodística termina en ocasiones en forma abierta o soterrada fomentando antivalores nada democráticos. No pocas veces los medios fomentan la intolerancia, la barbarie, el desconocimiento del otro y la exclusión política, sirviendo a gobiernos de espíritu autoritario o a intereses Corporativos y empresariales. El desarrollo de este trabajo permitirá analizar algunos ejemplos de esta conducta inapropiada de la comunicación social.

³⁹ CARBONELL, Miguel. Constitución, Reforma Constitucional y Fuentes del Derecho en México. Universidad Autónoma de México. Ciudad de México: Editorial Porrúa. 2000. Pp. 42.

Pero no sobra enfatizar que el panorama informático no es del todo aciago, ya que existen ejemplos destacables de una buena labor periodística al servicio del interés público y el bienestar nacional, como la labor titánica de periodistas regionales que en Colombia luchan por revelar actos de corrupción y violencia de políticos y delincuentes locales, aunque su esfuerzo llegue a costarles la vida.

Un estudio equilibrado de la labor de los medios de comunicación debe advertir que éstos,

*“han tratado de influenciar en el quehacer estatal, no siempre en beneficio del bien común y de la libertad de expresión como a veces se ha querido entender, sino en su propio interés y conforme a los procedimientos bien alejados de la libertad de información de los usuarios: Muchos medios de comunicación -sostiene Gregorio Peces Barba – sirven a los intereses de sus propietarios, promueven las campañas, que política, económica y culturalmente interesan a quienes pagan”.*⁴⁰

En contraposición a este ejercicio inapropiado de las funciones sociales y profesionales de los medios de comunicación, la Corte Constitucional Colombiana ha señalado sucintamente el alcance de la responsabilidad exigida a los medios en un Estado Social de Derecho:

“La responsabilidad de los medios implica el cumplimiento de una labor orientadora, pedagógica, que a tiempo que informe también eduque para el ejercicio de la libertad, concepto que en ética equivale al ejercicio de la autonomía, tarea muy delicada, que exige los más altos niveles de profesionalismo e independencia, pues si se

⁴⁰ Ibid. Pp. 45.

*sobrepasan sus linderos, se incursiona en el terreno de la manipulación”.*⁴¹

2.3 LA COMUNICACIÓN COMO INDUSTRIA Y COMO EMPRESA

En secciones anteriores se ha hecho mención del carácter que tienen los medios de comunicación como empresa comercial en procura de multiplicar sus dividendos, según su naturaleza, y también se ha hecho referencia al manejo de la información como producto de una industria particular especializada.

De acuerdo con los fines del presente trabajo resulta de gran utilidad ahondar aún más en esta faceta de la labor informativa, con la mira puesta en analizar sus implicaciones en la anhelada protección del derecho fundamental a ser informado de forma confiable.

Las posturas críticas afirman sin ambages que:

“Los modernos medios masivos son ante todo poderosas empresas privadas que requieren grandes capitales debido a la tecnología cada vez mas refinada que emplean y que requieren un personal altamente especializado. Estas empresas se vinculan estrechamente al sistema industrial y al estado norteamericano a través de la importancia maquinaria de la publicidad. Todo este aparato superestructural imperialista comprende cuatro elementos a la vez estrechamente interrelacionados: tecnología, medios masivos de comunicación, publicidad, cultura masiva. De aquí se ha originado un nuevo universo

⁴¹ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-350/97. M. P. Fabio Morón Díaz.

*ideológico del imperialismo según las pautas trazadas por la tecnología moderna”.*⁴²

Estos razonamientos críticos y nacionalistas configuran lo que se podría denominar como una teoría de la conspiración, porque dejan entrever aparentemente que la realidad es el producto de planes maquiavélicos fraguados desde los centros de poder político y económico, identificados generalmente como Norteamérica y sus vasallos respectivos en cada país subdesarrollado o desarrollado que ha caído en el área de influencia del imperio. Sin negar la posibilidad de que una teoría conspirativa corresponda de alguna manera a la historia y al presente socio-económico del mundo actual, es necesario propender por análisis menos planos de los fenómenos humanos. Las ciencias sociales evidencian que la realidad del mundo es el producto de una serie de factores históricos diversos, que se sobreponen en muchas ocasiones a la voluntad humana y no pocas veces el azar juega un papel determinante. La evolución de la sociedad humana trasciende a la planificación de un imperio, de una clase social o a la fuerza de unas ideas por poderosas que ellas sean.

Los anteriores comentarios plantean un debate tal vez inabarcable, pero para los propósitos de esta monografía baste decir que la evolución de la sociedad capitalista insertó en su estructura a la comunicación masiva y:

“si aceptamos el hecho de que los medios de han convertido en productos de consumo y que el receptor de información ha pasado a ser consumidor, el paradigma tradicional emisor – medio – receptor, queda transformado en emisor / productor – medio / mercado – receptor / consumidor. El mercado tiene necesidad de crear consumidores homogéneos para aumentar su expansión: cuanta más audiencia, más

⁴² Op. Cit. MALAGÓN. Pp. 19.

*ingresos. Sin embargo ello implica una clara contradicción: la necesidad de incrementar audiencia ofreciendo productos (y, por consiguiente, contenidos) homogéneos significa también homogeneizar a un público masivo. Ello entra en conflicto con la progresiva exigencia que tiene cada lector, oyente o telespectador, de que se le trate de forma personalizada de acuerdo con sus gustos, y por lo tanto con la necesidad que tienen los medios de conocer a fondo a sus receptores y ofrecerles la información específica que cada sector desea”.*⁴³

Esta claro que los principios de una sociedad democrática, los derechos y las necesidades de sus ciudadanos no corresponden exactamente a las leyes, políticas y exigencias del mercado. Pero las empresas informativas son empresas económicas y por tanto sería necesario conciliar los intereses y objetivos económicos con la responsabilidad social. Esta es la delicada labor que las sociedades modernas parecen no haber podido realizar. En el contexto de los regímenes autoritarios o sólo formalmente democráticos, el periodista trabaja bajo la influencia del Estado e inmerso en la realidad comercial. En estas circunstancias queda sujeto en no pocas ocasiones a las exigencias de la empresa en la que labora, forzado a trabajar de acuerdo con los intereses de grupos económicos o partidos políticos aliados al medio. La libertad de expresión del profesional del periodismo pareciera coartada por las leyes del mercado.

Sin embargo, no resulta fácil en la práctica social armonizar la labor productiva con el respeto a los derechos de los demás.

“Cada medio tiene interés en dar a conocer a su público determinados hechos y opiniones para conseguir fundamentalmente dos objetivos:

⁴³ Op. Cit. DE FONTCUBERTA. Pp. 44.

*ganar dinero y tener la máxima influencia y difusión. En el primer caso, la empresa periodística se considera una empresa más que pretende obtener el máximo de ganancias con la venta o la oferta del producto. Sin embargo, la mercancía que ofrecen los medios es atípica y no puede compararse a un par de zapatos o a un electrodoméstico: son hechos e ideas que afectan a nuestra percepción del mundo y, en gran medida, a nuestras acciones”.*⁴⁴

La dinámica comercial y financiera trasciende las políticas estatales y las disposiciones normativas de carácter nacional e internacional. El mundo empresarial es en extremo cambiante y sus mecanismos se anticipan a las presiones de los gobiernos y de los organismos internacionales. El mercado es el ambiente propio en el que se desenvuelven las formas de producción de los medios, es allí en donde tiene que entrarse a regular de manera razonable los instrumentos jurídicos y políticos. En este sentido parte de la crítica no es muy optimista sobre las posibilidades de regular eficientemente la comunicación social:

“En tanto que Jean Javrès, fundador de L’Humanité, de París, declaraba sin ambages la imposibilidad de “normalizar” la gran prensa en el sistema capitalista. “No me parece posible – decía Javrès – arreglar y ‘moralizar la prensa. Ella es un reflejo del estado social; es ese estado social el que habría que transformar.” Y agregaba: “Toda la sociedad de hoy está fundada sobre el poder del dinero. El dinero es el único medio y el único fin, a la vez ¿Cómo podría escapar la prensa de ésta acción soberana? Ella lo puede menos por la creciente complicación de su utillaje. La industria del diario ha entrado en el período de la gran industria. Para vivir necesita, pues, de grandes capitales, es decir de aquellos que disponen de esos capitales... me

⁴⁴ Ibid. Pp. 53.

*parece vano procurar no sé por cual combinación sutil, hacer entrar al capitalismo en la categoría de la moralidad. Esto corresponde a otro orden”.*⁴⁵

Esta consideración bastante realista propone en últimas que una regulación efectiva de los medios sólo sería posible en un nuevo tipo de sociedad no basada en el flujo de capitales. Pero como esta transformación social es bastante improbable y los intentos históricos de cambio han fracasado en su mayor parte, no queda otra alternativa que repensar los mecanismos viables de regulación de los medios y la efectiva protección de los derechos fundamentales relacionados, en la concreta sociedad y en el sistema económico reinante en ella.

2.4 LA COLONIZACIÓN INFORMATIVA

En el análisis de la realidad de la comunicación social y del flujo informativo merece una reflexión particular la situación del control y ejercicio de los medios masivos de comunicación a nivel regional y global. Desde mediados de la década de los años 70', numerosas voces en la academia y desde la lucha política denunciaron la llamada neocolonización efectuada por el imperio norteamericano sobre los países americanos y sobre el mundo en general a través del predominio técnico y logístico del flujo informativo.

Se ha señalado que:

“En América Latina... el principal enemigo de la prensa independiente está integrado por los inversionistas norteamericanos, que contratan

⁴⁵ MUJICA, Héctor. El Imperio de la noticia: Algunos problemas de la información en el mundo contemporáneo. 3ª ed. Universidad Central de Venezuela. Caracas: Ediciones Biblioteca. 1982. Pp.170 – 171.

*de una manera casi absoluta la llamada “gran prensa” a través de las agencias de publicidad. Por lo menos diez de las grandes agencias publicitarias norteamericanas actúan directamente en las veinte repúblicas latinoamericanas (Walter Thompson, McCann Ericson, etc.) y ejercen un efectivo dominio sobre los periódicos más importantes. Las propias agencias noticiosas norteamericanas – la AP y la UPI – han desdoblado la función de sus corresponsales – jefes haciendo de uno de ellos un hombre de negocios que habla directamente con los presidentes y gerentes de las empresas de prensa, radio y TV., dejando para el llamado gerente de noticias el trabajo informativo propiamente dicho”.*⁴⁶

Aunado a lo anterior, es necesario destacar el “ciclo” que desarrolla el flujo informativo en una gran proporción, desde las grandes agencias de noticias hasta los receptores tercermundistas; incluso la propia información regional termina siendo procesada en estos grandes emporios noticiosos y son las versiones oficiales de dichos agentes, las que se digieren finalmente. Así la información tiene un tratamiento ideológico antes de ser recibida por los medios afiliados a dichas agencias en Latinoamérica y el resto del mundo. Los estudios que se han desarrollado sobre comunicación en los órganos multilaterales distinguen claramente las condiciones de la situación:

“De modo que como dice El correo de la UNESCO, de abril de 1.977, en un artículo titulado “Un gran debate mundial. Desequilibrio de la información”: “¿De dónde vienen las noticias que millones de lectores de todo el mundo leen diariamente en sus periódicos? ¿Quién las selecciona y quién los distribuye? He aquí el papel esencial que las agencias de prensa desempeñan en el mundo moderno. Y, justamente, si 90 países poseen hoy su propia agencia de prensa

⁴⁶ *Ibíd.* Pp. 40.

*nacional, hay todavía 40 carentes de ella. Pero, sobre todo, cinco grandes agencias, pertenecientes a cuatro de los países más industrializados, dominan el mercado mundial de la información. Resultado de tan grave estado de cosas: la información circula en nuestro mundo prácticamente en una sola dirección”.*⁴⁷

La situación actual no dista mucho del análisis mencionado de fines de los años setenta. Aparte de las agencias noticiosas hay que destacar el papel monopólico de los grandes canales de televisión norteamericanos como CNN, que le presentan en directo la versión del acontecer mundial a la teleaudiencia latinoamericana. La televisión latinoamericana afiliada a éstos proveedores reproduce sus contenidos sin efectuarles un examen crítico. Aunque la información nacional latinoamericana de consumo local no recibe un manejo internacional en sentido estricto, otra cosa ocurre con la interpretación general de la actualidad y de las condiciones de los países tercermundistas presentados a sí mismos desde la óptica de los países desarrollados. Durante cuarenta años la reflexión académica y los movimientos políticos de izquierda en Latinoamérica han venido denunciando el servilismo de los medios criollos hacia el poder norteamericano:

“La honrosa tradición republicana – liberal del periodismo hispanoamericano, cedió el paso a un periodismo colonial y colonizado, que piensa primero en los intereses del inversionista extranjero y después en los intereses nacionales. Salvo el caso de El comercio, de Lima, de la familia Miró Quesada, un periódico de mucho tradición y de extrema derecha, que se ha opuesto a la penetración de la Standard oil of New Jersey en el petróleo peruano, no recordamos ningún caso de la “gran prensa” latinoamericana que se enfrente a la rapacidad imperialista. Los diarios de las grandes familias: La Nación,

⁴⁷ Op. Cit. MALAGON. Pp. 14.

*de Mitre, en Buenos Aires; La Prensa, de Gainza Paz, también en Buenos Aires; los grandes diarios “laneros” de Montevideo, el Mercurio, de la familia Edwards, en Santiago de Chile; El Comercio, de Mantilla, en Quito; El telégrafo, de Guayaquil; El Espectador de la familia Cano, y el Tiempo, de Santos, en Bogotá; El Universal, de Caracas, de la familia Núñez, así también los grandes diarios mexicanos como Excelsior y Novedades, los rotativos más importantes de la América Central, todos; sin excepción – llámense conservadores, liberales, republicanos, informativos, de opinión o de intereses generales -, han pasado a ser la retaguardia informativa de los grandes consorcios norteamericanos. A la coyunda publicitaria se agrega el canal “informativo” exclusivo, las más de las veces, o mayoritario, de las agencias noticiosas norteamericanas”. Y, como si faltara algo, está la SIP, la Sociedad Interamericana de Prensa, una suerte de sucursal informativa del Ministerio de Colonias de Estados Unidos, la Organización de Estados Americanos”.*⁴⁸

Posiblemente desde otras orillas ideológicas se considere que posiciones contundentes como la expresada en la anterior cita corresponden a visiones extremas de la realidad internacional. Sin embargo, varias autoridades académicas reconocidas en el estudio de las ciencias de la información sostienen igualmente la crítica a la postración latinoamericana bajo los intereses de los EE.UU., como los expertos que integran las comisiones de la UNESCO encargadas en las últimas décadas de estudiar el fenómeno de los medios masivos. La UNESCO, Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, es uno de los más importantes organismos especializados de las Naciones Unidas (ONU). Su carta de Constitución entró en vigor en 1.946, absorbiendo el anterior Instituto Internacional para la Cooperación intelectual. Esta organización ha dedicado

⁴⁸ *Ibíd.* Pp. 180.

enormes esfuerzos al estudio y a la investigación sobre los aspectos de la comunicación en el mundo actual y:

*“ya en 1.960 había publicado sesenta trabajos dedicados a los grandes temas que preocupan a la UNESCO, es decir: usos del cine, relación medios de masas y comunidad rural, papel de los medios de masas en los procesos educativos, investigación sobre política de comunicación y formación de profesionales del periodismo, etc.”.*⁴⁹

Su labor se ha encaminado no sólo a la investigación académica y de campo sobre la comunicación, sino que ha promovido programas de acción para el desarrollo de los sistemas de comunicación de los lugares más atrasados y ha estimulado también planes de formación de periodistas, con el fin de que se supere la dominación informativa en las naciones dependientes y en consecuencia se desarrollen los sistemas comunicativos de cada país. La UNESCO realiza en forma complementaria conferencias periodísticas sobre el tema y como se mencionó anteriormente ha conformado comisiones internacionales con diversos expertos en la materia. Una de las comisiones más importantes fue presidida por el premio Nóbel de Paz, Mac Bride y entregó su informe en una conferencia general en 1.980 con un resumen de las posturas internacionales sobre el tema:

“Una declaración de este tipo, auspiciada por la UNESCO, tiene su punto de equilibrio en la necesidad de reforzar el papel de los medios en orden al establecimiento de la paz y la necesidad de reducir y tender a eliminar el actual desequilibrio informativo mundial. En este último punto es evidente donde se encuentran los puntos de fricción internacionales al coincidir intereses contrapuestos en la aplicación de

⁴⁹ DE MORAGAS SPA, Miguel. Teorías de la Comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A. 1985. Pp. 208.

*este principio o, lo que es más grave, al colisionar intereses contrarios por la supresión de estos desequilibrios. Nos encontramos, pues, ante uno de los grandes debates, sino el más importante, de la historia de la investigación y del estudio de la comunicación de masas”.*⁵⁰

Los informes internacionales advierten la común situación de desequilibrio informativo entre las potencias mundiales con sus emporios de comunicación masiva y los países subdesarrollados con sus medios precarios o dependientes. A pesar de los resultados de las investigaciones de estas comisiones, desde posiciones de la izquierda política mundial se les ha endilgado favorecer los intereses de las grandes corporaciones privadas multinacionales de la comunicación y el no prestarle la debida importancia a los aspectos sociopolíticos del flujo informativo. Los estudiosos del tema han señalado que:

“otras posiciones críticas desde la izquierda advierten que el informe no recoge los desequilibrios interiores de aquellos países en que la información está dominada por oligarquías o autoritarismos. Con todo creo que puede estimarse como un paso progresivo importante que un organismo internacional como la UNESCO, y un informe pericial de expertos, no ya suministrado por los centros norteamericanos, sino suficientemente plural, sea capaz de reconocer e invitar a cambiar la actual situación de desequilibrio informativo mundial. Este es a mi entender, un momento clave de la historia de la investigación en nuestro campo. Ahora los intereses capitalistas y empresariales de la información empiezan a dejar sentir sus críticas abiertas al informe Mac Bride. Este es el momento en que empezarán a aparecer, sin el disimulo las antiguas investigaciones, los verdaderos argumentos de carácter político e ideológico en defensa de los propios intereses. La

⁵⁰ Ibid. Pp. 212 – 213.

*investigación de la comunicación se encuentra situada frente a frente con sus verdaderas responsabilidades sociales y políticas, las de siempre”.*⁵¹

Este trabajo de la UNESCO la ha convertido en un centro de documentación y estudios sobre la situación de la comunicación mundial. La organización publica anualmente obras y estadísticas en varios idiomas, en donde recoge información sobre los estándares de vida de cada país del mundo y cuantifica el número de medios, emisores y receptores en estos lugares. Estos indicadores le permiten evaluar con un mayor nivel de acercamiento la situación real de la comunicación en estas naciones.

Mientras los Estados Unidos de América y sus centros de investigación defienden la doctrina del liberalismo económico en la transmisión de la comunicación mundial, los organismos multilaterales y las fuerzas críticas en los países no alineados propugnan por un nuevo orden informativo mundial que respete su identidad y diferencias culturales. Quienes aparentemente están más interesados en el mantenimiento de la liberalidad económica de las comunicaciones son las grandes cadenas y las multinacionales de la comunicación de las potencias mundiales, pues la situación actual favorece sus finanzas. Por esta razón, se estima como necesario reorientar en la actualidad,

*“el despertar de algunos países del Tercer Mundo, organizados en el ámbito de los países no alineados y que, junto a sus reivindicaciones y su apuesta política por un nuevo orden económico internacional, apuestan también por una nueva organización de la información para verse liberados del colonialismo informativo y cultural.”*⁵²

⁵¹ Ibid. Pp. 212 - 213.

⁵² Ibid. Pp. 211.

Frente a las anteriores posturas, existen críticas al papel desempeñado por la UNESCO en las últimas décadas sobre el estudio de los problemas de la comunicación masiva mundial. Se advierte que la conformación de la UNESCO se parcializó hacia los países de corte socialista y autoritario, que aprovechaban la organización para el enfrentamiento ideológico con los EE.UU. y para la consolidación de sus regímenes:

*“En un lenguaje sutil, y como alguien anotó, deliberadamente confuso, se citan todas las fuerzas de las regiones menos adelantadas y donde cualquiera de los asuntos enumerados, es explosivo, para que se alienten, estimulen y acepten las recetas que se van incubando en París. Creyendo que se lucha por los propios denudados de liberación, se va llegando a sustituir una parte del régimen de la prensa libre, cayendo en una situación de sometimiento... Ellos determinarán qué se debe publicar y para justificar sus desmanes, se ampararán en una tesis internacional, que la acomodarán a los intereses locales”.*⁵³

Sobre el desequilibrio de la información, señala esta crítica que no obedece simplemente a una faceta de la colonización imperialista sino que responde a las condiciones propias del acontecer mundial.

“El desequilibrio en la información favorece, en la mayoría de las ocasiones, a los países desarrollados. Pero no se trata, como lo presentan algunos defensores del proyecto de la UNESCO, de una conspiración. Es producto de los términos de relación del periodismo y

⁵³ MORALES BENÍTEZ, Otto. Reflexiones sobre el periodismo. Santa fe de Bogotá: Editorial Plaza y Janes. 1989. Pp. 89.

*de lo que el mismo lector reclama como información acerca de los países que manejan la economía y la política internacionales”.*⁵⁴

De todas maneras, exista o no una conspiración, el manejo de la información mundial continúa siendo desequilibrado, y los ciudadanos de los países en la periferia del poder político-económico mundial carecen de independencia y de la solvencia necesaria para consolidar un sistema de comunicación masiva acorde con sus necesidades y proyectos.

2.5 INFLUENCIA POLÍTICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

Otra de las facetas importantes de los medios de comunicación social es su determinante papel en la esfera política. La Corte Constitucional de Colombia en el análisis del pluralismo en los medios informativos ha conceptualizado al respecto lo siguiente:

“Los medios de comunicación también juegan un papel esencial en la articulación de prácticas sociales y en la configuración de la cultura nacional. Lo esencial de la práctica política consiste en la labor de persuasión de los votantes en torno a unas ideas o personas específicas. La utilización de los medios de comunicación social es un instrumento – quizás el más importante – para la realización de los objetivos buscados por la práctica política. Los partidos y movimientos políticos dependen hoy más que nunca de la publicidad. Buena parte de la lucha política actual se manifiesta en términos publicitarios o de

⁵⁴ Ibid. Pp. 52.

*imagen. Impedir esta posibilidad es tanto como truncar la participación”.*⁵⁵

La práctica política de las democracias contemporáneas y aun la de los regímenes autoritarios depende en gran medida de la visibilidad que otorgan los medios de comunicación masivos. La deliberación o debate público de ideas o posiciones con respecto a las decisiones sociales, tiene su espacio predilecto y trascendente en la comunicación social. En especial, las campañas de elección popular de los gobernantes se concentran en la propaganda a través de la prensa, radio y televisión.

La relación medios - política y periodistas - políticos reviste variados matices y es de trascendental importancia para la marcha del sistema democrático. La experiencia que tiene el ciudadano común de la realidad política es principalmente indirecta, ya que corresponde a la cobertura informativa que de ella hacen los medios. Con base en las noticias y en la opinión expresada en los entes informativos el ciudadano común construye su criterio político y toma decisiones electorales. Por esta razón, la existencia de manipulación política en los medios y la ausencia del debido pluralismo atacan los principios fundamentales del régimen democrático y los derechos fundamentales de los ciudadanos. La relación periodistas – políticos es estudiada por la academia contemporánea, dada su importancia:

“La aproximación teórica a estos roles parte de una reflexión más amplia en torno al monopolio y preeminencia de políticos y periodistas en la comunicación política contemporánea. Se entiende por tal el resultado de la lucha simbólica que establecen los agentes sociales para imponer sus definiciones de la realidad social a través de los medios. La posición de privilegio de que gozan periodistas y políticos

⁵⁵ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-059/95. M. P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

*en esa lucha y las auto-justificaciones normativas (definiciones ideales de su función social) que ponen en práctica son sometidos a crítica. En concreto, los informadores esgrimen actuar como representantes de la opinión pública y ejercer el control de los restantes poderes. Estas auto-presentaciones y su alto contenido normativo encubren ciertos mecanismos de suplantación o fetichismos simbólicos presentes en todo proceso de delegación representativa y que subyacen a los estereotipos más comunes de los roles periodísticos”.*⁵⁶

El periodismo se eleva a la condición de portavoz de la llamada opinión pública, pero su posición de privilegio puede facilitar la inducción del público a seguir el criterio del periodista y no el ideal de ser éste quien represente la opinión ciudadana. El sistema de representación social puede comportar la traición al representado y en el caso del periodista éste puede actuar con la mira puesta en sus intereses privados, forzando de ésta forma el mandato hipotético que se le ha otorgado.

Sin embargo no podría, de acuerdo con este criterio, despojarse al periodista su autonomía e independencia para ser solamente instrumento portador de información y divulgador neutral de las opiniones sociales predominantes. El periodista es sin lugar a dudas, un sujeto activo de la comunicación social contemporánea, con posiciones propias e iniciativas ideológicas válidas, pero limitado por normas éticas y jurídicas en protección a derechos fundamentales de los ciudadanos, como el derecho a recibir información confiable.

⁵⁶ SAMPEDRO BLANCO, Víctor. Periodismo, conflicto simbólico y fetichismo. Tipología y tensiones de las relaciones entre periodistas y políticos. En: Revista de Ciencias de la Información. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Nº 10. 1994. Pp. 99.

La actividad periodística en cuanto al ámbito político tiene unas características especiales:

*“Parece obvio que la profesión periodística goza de una posición privilegiada en la contienda que se desarrolla en el campo de la información política. De hecho la actividad de los periodistas consiste en proporcionar notoriedad pública a temas y personajes; es decir, confieren el reconocimiento social de los capitales culturales propios (caso de comentaristas) o, con más frecuencia, de otros agentes sociales (caso del redactor de noticias). Así, el informador dispone de una poderosa arma para incrementar las cualidades y cantidades de capitales propios y ajenos. La relevancia de este rol social es aún mayor si tenemos en cuenta que la meta última de las luchas culturales y simbólicas consiste en el monopolio del poder de producción del sentido común: la capacidad de nominación y legitimación de la realidad”.*⁵⁷

Sin embargo, esta posición privilegiada del periodismo es vista desde una perspectiva crítica como la forma principal de dirección política. Según algunos, la información periodística en política es realmente ordenación ideológica, pues los medios, que por lo general están al servicio del poder político y del poder económico, le hacen propaganda abierta o disimulada a los regímenes que les favorecen. El calificativo común que se les hace de “cuarto poder” parece inscribirse en este rango de acción. A su vez, se convertirían en un peligroso opositor para los gobiernos contrarios a sus intereses.

De esta forma entra en cuestión la construcción social de la opinión pública. ¿De dónde proviene el consenso u opiniones mayoritarias que expresan los

⁵⁷ Ibid. Pp. 100.

ciudadanos de los países, en especial los de las naciones democráticas? Existen al respecto críticas y concepciones sobre el papel de los medios en la construcción del consenso y sus implicaciones en el real sistema democrático:

*“Así pues, en una democracia se dan dos funciones: por un lado, la clase especializada, los hombres responsables, ejercen la función ejecutiva, lo que significa que piensan, entienden y planifican los intereses comunes; por otro, el rebaño desconcertado también con una función en la democracia, que, según Lippmann, consiste en ser espectadores en vez de miembros participantes de forma activa... Por ello, necesitamos algo que sirva para domesticar el rebaño perplejo; algo que viene a ser la nueva revolución en el arte de la democracia: la fabricación del consenso. Los medios de comunicación, las escuelas y la cultura popular tienen que estar divididos. La clase política y los responsables de tomar decisiones tienen que brindar algún sentido tolerable de realidad, aunque también tengan que inculcar las opiniones adecuadas”.*⁵⁸

En esta representación queda en evidencia que el conjunto de ciudadanos comunes, quienes son las ovejas del “rebaño desconcertado”, son conducidos de redil en redil a través de múltiples mecanismos de seducción, entre los cuales cumple un papel estelar, el sistema de comunicación social. Tal vez la crítica del profesor Chomsky comprendida en la anterior cita pueda parecer paranoica a algunos, pero existen suficientes elementos de juicio para al menos entrar en sospechas fundadas. No hay que olvidar que así como se desarrolló el liberalismo parlamentario en forma paralela a los medios de comunicación, se dio de igual forma la aparición de personajes

⁵⁸ CHOMSKY, Noam. El Control de los medios de comunicación. N° 54. Vol. 2. Año V. Abril de 2003. Pp. 3. On line: www.saladeprensa.org

públicos que eran a la vez políticos y periodistas o políticos con un periódico en que difundían sus ideas.

El ambiente periodístico decimonónico está marcado por el ejercicio de la política a través de la prensa doctrinaria y Colombia es un excelente ejemplo de esta etapa evolutiva de los medios de comunicación.

“En el siglo pasado y los diez primeros años de este siglo, caracterizados por la lucha en pos de la unidad política nacional bajo las banderas de la ‘regeneración’, la prensa cumplió un papel fundamentalmente político; en la Constitución de 1886 se escribió que “la prensa es libre en tiempo de paz, pero responsable de acuerdo a las leyes...”; pero entre 1.900 y 1.910 la prensa de oposición al movimiento de regeneración fue duramente perseguida; frecuentemente la censura fue confiada al entonces Ministerio de Guerra y a los oficiales del ejército... La prensa que en esta época es casi toda dirigida por los liberales, juega un importante papel político; los directores de los periódicos son los dirigentes del partido. Todavía se conserva esta tradición en la prensa y la política colombianas”.⁵⁹

Si históricamente es notorio el hecho de que un medio de comunicación tan importante como la prensa, dio sus primeros pasos con la forma descubierta de órgano de divulgación partidista, es dable explorar las posibilidades de agitación política que tiene el conjunto de medios masivos en una sociedad y en el mundo. Es probable que el panorama esbozado sobre el siglo XIX en materia de política y medios no haya cambiado demasiado. En el fondo tal vez sólo se haya sofisticado y velado el papel ideológico, tras unas formas de pluralismo, universalidad, trascendencia y equilibrio.

⁵⁹ Op. Cit. TRIANA. Pp. 162.

La realidad política concreta de una sociedad tiene unos actores básicos que se han contorneado claramente en la evolución del régimen democrático.

*“Políticos y periodistas se han convertido en las sociedades modernas en los delegados públicos que constituyen la realidad política. Ambos se han erigido en representantes de una vaga y abstracta opinión pública, o menos pretenciosos, del “hombre de la calle”. Partidos y políticos se arrojan tras cada elección el rol de portavoces de la opinión pública. Medios de comunicación y periodistas dicen expresarla cotidianamente a través de la opinión publicada, radiada o televisada... la auto-atribución de tales roles sociales resulta, como mínimo, problemática”.*⁶⁰

En este sentido persiste la creencia según la cual las audiencias de los medios delegan sus facultades y derechos ciudadanos relacionados con la información a determinados grupos de periodistas con los que comparten un perfil de opinión. En consecuencia, habiendo depositado la confianza en la afiliación que se ha constituido, nada le queda a esta audiencia que conectarse día tras día con su proveedor de información y opinión para la obtención de actualidad, cultura y criterio político.

“Dicha fe o confianza es el resultado de un clima de aislamiento y anomia públicos, propios de las sociedades modernas. Debido a esta identificación de las audiencias con sus medios se borran las diferencias entre la comunicación interpersonal y los procesos de comunicación de masas. Por ejemplo, una alocución presidencial en tiempos de crisis se convierte, a través de la cobertura informativa en

⁶⁰ Op. Cit. SAMPEDRO. Pp. 103.

*un proceso de comunicación directo, personal y sincero, típico de las comunicaciones no mediadas”.*⁶¹

En el ejercicio práctico de la recepción informativa existe un ambiente general de pasividad social acorde con la exposición inmediatamente anterior. De tal forma que el “rebaño desconcertado” siempre está en una posición indefensa, expuesta a que sus esporádicos desórdenes y “bramidos” sean controlados con los medios a veces más insospechados. La situación se hace aún más patente cuando se trata de sostener ante la opinión pública una decisión o acción gubernamental que desde el sentido común es reprochable o absurda, pero que desde la lógica del interés político – económico es una necesidad estratégica de la elite gobernante.

Un ejemplo claro lo constituye el manejo de la opinión pública norteamericana en las repetidas ocasiones en que ha promovido su gobierno, guerras o invasiones alrededor del mundo. No basta con mentir y ocultar información sino que se recurre a diversos recursos distractores, apasionamientos o lavados de cerebro colectivos para recabar el apoyo popular. La utilización de eslóganes repetitivos a través de los medios es una formula exitosa,

“la clave de los eslóganes de las relaciones públicas es que no significan nada, o, como mucho, lo mismo que apoyar a los habitantes de Iowa... Se trata de crear un eslogan que no pueda recibir ninguna oposición, bien al contrario, que todo el mundo esté a favor. Nadie sabe lo que significa porque no significa nada, y su importancia decisiva estriba en que distrae la atención de la gente respecto de preguntas que sí significan algo: ¿apoya usted nuestra política...? Pero sobre esto no se puede hablar. Así que tenemos a todo el mundo

⁶¹ Ibid. Pp. 104.

*discutiendo sobre el apoyo a las tropas: Desde luego, no dejaré de apoyarles... Es como lo del orgullo americano y la armonía. Estamos todos juntos, en torno a eslóganes vacíos, tomemos parte en ellos y asegurémonos de que no habrá gente mala en nuestro alrededor que destruya nuestra paz social con sus discursos acerca de la lucha de clases, los derechos civiles y todo este tipo de cosas”.*⁶²

La clase política de las democracias, en alianza con los medios constituyen un poder humano formidable. Las funciones auto-atribuidas por los medios, de ser voceros de la opinión y controladores de la gestión de los gobiernos no resultan del todo creíbles. Los medios desempeñan múltiples roles frente al poder político que en el peor de los casos se expresa en una especie de simbiosis o cooperación recíproca bastante nociva para los principios de pluralismo y de responsabilidad social, predicados en las sociedades democráticas. También pueden los medios asumir el papel de adversarios de oficio o intercambiadores esporádicos de favores. Pero por lo general parece que prospera el rol de cooperación dada la importancia recíproca para el desarrollo de los fines de estas dos élites sociales.

*“La clase política, además de constituir la materia prima y el origen de gran parte de los contenidos informativos, disfruta de ciertas ventajas con respecto a otros agentes sociales. Por sus actividades de diseño legislativo, gestión o desarrollo de políticas públicas, los partidos y sus miembros disponen de mecanismos exclusivos de influencia y control de los medios de comunicación. Se puede presumir, por tanto, que las capacidades de la clase política para controlar el flujo informativo, especialmente el que hace referencia a sus propias instituciones, son superiores a las que disfruta el resto de los agentes sociales”.*⁶³

⁶² Op. Cit. CHOMSKY. Pp. 5 – 6.

⁶³ Op. Cit. SAMPEDRO. Pp. 108.

En forma complementaria, a los medios les resulta muy cómodo recurrir a los organismos gubernamentales para acopiar la cantidad de información matutina.

Estas fuentes gozan de respetabilidad social y credibilidad, - lo cual ahorra aparentemente la necesidad de verificación y confrontación de la información – y siempre están dispuestas a dar la versión oficial de los asuntos que les competen y de aquellos que puedan afectarles. Las relaciones de cooperación y simbiosis entre medios y clase política, analizadas por el investigador español Víctor Sampedro, no están exentas de competición y lucha. No sólo los políticos en el poder monopolizan los medios. Sino que también los elementos de la oposición y otras fuerzas sociales se esfuerzan por obtener visibilidad y sobrevivir políticamente a través de espacios en los cuales pueden presentarse a la sociedad e intentar imponer sus posiciones sobre los asuntos públicos. Pero la realidad nos muestra día tras día que la relación medios – clase política dista de ser democrática y por lo general las versiones y presentaciones oficiales monopolizan los espacios.

La dinámica de la política y de la comunicación aparentemente le deja pocas alternativas al ciudadano común:

“La mayoría de los individuos tendría que sentarse frente al televisor y masticar religiosamente el mensaje, que no es otro que el que dice que lo único que tiene valor en la vida es poder consumir cada vez más y mejor y vivir igual que esta familia de clase media que aparece en la pantalla y exhibir valores como la armonía y el orgullo americano. La vida consiste en esto. Puede que usted piense que ha de haber algo más, pero en el momento en que se da cuenta que está solo,

*viendo la televisión, da por sentado que esto es todo lo que existe ahí afuera, y que es una locura pensar en que haya otra cosa”.*⁶⁴

El esquema de cultura totalitaria que comporta la fabricación del consenso a través de instrumentos como los medios de comunicación, lleva a reconsiderar el papel puramente formal que desempeñarían en este contexto los principios y valores democráticos. Si el rol de los medios es manipular a las masas para garantizar el apoyo popular a los intereses concretos de las élites que dominan el estado y la economía privada, compondrían una especie de instrumento eficaz para la perpetuación de regímenes autoritarios en su verdadera naturaleza. Pero en contraposición, otras investigaciones advierten que análisis como el de Chomsky caen en el error de ser teorías de la conspiración demasiado generalizadoras y absolutas:

*“La crítica más obvia esgrime que este enfoque no logra registrar las luchas que tienen lugar dentro de las élites o la divergencia de intereses entre élites y periodistas. También se trata de un modelo atemporal y unidireccional que no refleja los cambios y la reciprocidad o influencia mutua entre los que disfrutan del poder y los medios”.*⁶⁵

Desde una posición equilibrada sería ingenuo negar las condiciones de dependencia y sujeción que padecen las personas en sus conciencias por el influjo de los medios masivos. Como se mencionó anteriormente, en sociedades poco cultas y críticas los ciudadanos comunes tiene poco que decir o pensar aparte de aquello que les sugiere la televisión. Pero afortunadamente, se ha evidenciado el resurgimiento de la llamada cultura disidente – conformada por grupos pacifistas, ecologistas, multiculturalistas, contestatarios, feministas, indigenistas, etc. – que resquebrajan el

⁶⁴ Op. Cit. CHOMSKY. Pp. 6.

⁶⁵ Op. Cit. SAMPEDRO. Pp. 106 – 107.

unanimismo global y presentan alternativas de pensamiento y acción, sobre todo para la protección de derechos fundamentales.

*“A pesar de toda la propaganda y de todos los intentos por controlar el pensamiento y fabricar el consenso, lo anterior constituye un conjunto de signos de efecto civilizador. Se está adquiriendo una capacidad y una buena disposición para pensar las cosas con el máximo detenimiento. Ha crecido el escepticismo acerca del poder”.*⁶⁶

Aunque el panorama no fuera tan desolador como lo describen especialistas críticos como Chomsky, no deja de ser preocupante que de un lado los ciudadanos en su mayoría deleguen la responsabilidad de los asuntos públicos, y sólo acudan esporádicamente a elegir a las élites que piensan por ellos. Por otra parte preocupa que unos instrumentos como los medios de comunicación dotados de unas propiedades óptimas para acercar a los individuos y propiciar las deliberaciones de los asuntos públicos – como ágoras virtuales de democracia real participativa – terminen siendo instrumentos de dominación y despotismo. El avanzar en esta dirección de la orientación política gregaria, a través de la comunicación social, hará que registros informativos y de opinión típicos de los regímenes totalitarios se conviertan en el pan noticioso de cada día en los llamados países democráticos. Véase un ejemplo singular de una revista Norcoreana:

“Excepcional arte de mando: El camarada Kim Jong Il, gran dirigente de nuestro partido y nuestro pueblo, dirige victoriosamente la revolución y la construcción, valiéndose de su brillante inteligencia y perspicacia, amplia visión, ingenio y audacia, férrea voluntad, gran iniciativa, genial capacidad de despliegue revolucionario,

⁶⁶ Op. Cit. CHOMSKY. Pp. 9.

*extraordinario poder de control y dirección y habilidad de organizar y movilizar”.*⁶⁷

No es necesario remitirnos a lugares tan distantes para hallar el burdo uso de los medios de comunicación como instrumento de propaganda política. La crisis política venezolana en torno a la figura del presidente Hugo Chávez y la oposición a su gobierno, ha despertado las alarmas sobre la poca confiabilidad que pueden llegar a tener los medios cuando toman abiertamente partido en la lucha política por la defensa de sus intereses económicos. La crónica realizada por el periodista colombiano Ramón Jimeno sobre la jornada y antecedentes del referendo revocatorio en cuanto a la labor de los medios venezolanos, es bastante diciente:

“El presidente sabía que su triunfo dependía de los votos de los estratos populares. Allí tenía un gran problema por resolver: la población más pobre es la que menos vota. Mientras los escuálidos pautaban gratis en sus canales de televisión, en la tradicional campaña mediática, el chavismo organizaba a la gente para una campaña militar. Como los canales son rabiosamente opositores, era muy fácil caer en la trampa de incorporarlos a la batalla electoral. Eso hicieron los opositores. Los programas estaban dirigidos directamente a desprestigiar a Chávez y su revolución. Los medios se pusieron de manera descarada al servicio del “Sí,” y sin el menor escrúpulo atacaban a Chávez y a la “chusma chavista”. Creyeron que así ganaban. En cambio, el comando Maisanta se dedicó a organizar a los electores, uno por uno, por fuera de los medios... En el terreno de la información la democracia venezolana perdió. Los periodistas reconocen y se avergüenzan del bajo nivel al que llegaron. Es difícil de creer. Los dueños de los medios acusan a Chávez de dictador, pero

⁶⁷ Corea de Hoy. Revista Mensual. N° 2 (301). 1995. Pp. 3.

*se portaron como tiranos al usar sus medios como una vulgar herramienta de la propaganda. Un manejo que además comparte la responsabilidad de la polarización. En efecto a los chavistas les produce un profundo malestar el maltrato al que someten a su líder en las cadenas de televisión privadas... Chávez no le contesta casi nunca a los escuálidos. Tiene su “Aló Presidente”, un programa de televisión y cuando le parece necesario “encadena” al país: todas las cadenas de televisión tienen que transmitir su alocución en la que el ciudadano presidente rinde cuentas. Chávez habla in extenso, hasta cinco horas, pero bien pueden ser una o dos. La oposición por supuesto apaga el televisor”.*⁶⁸

Es innegable el gran talento del presidente Chávez para contrarrestar el efecto de orientación política de los medios masivos de comunicación sobre la opinión pública. Por encima de los abusos sobre la comunicación masiva de ambos sectores políticos, se destaca el papel de la concientización y organización política seria, para lograr que los ciudadanos puedan disentir con criterio de las directivas políticas que les bombardean los medios incesantemente. Pero al fin de cuentas, es la democracia y la paz social las que resultan damnificadas de todos los ejercicios de manipulación colectiva y de la ausencia de tolerancia y pluralismo en los medios de comunicación social.

2.6 LA MENTIRA EN LA PROPAGANDA Y EN LA PUBLICIDAD

Merece una reflexión particular la estrategia de manipulación social más descarada y útil que es usada a través de la comunicación social, por los

⁶⁸ JIMENO, Ramón. Cómo gana Chávez. Lecturas Dominicales “El Tiempo”. Septiembre 5 de 2004. Pp. 4.

agentes políticos y por las empresas comerciales para la consecución de sus más variados objetivos: la mentira.

En el sistema democrático, al menos en teoría, los gobernantes no tienen la potestad directa de ordenar a los ciudadanos el seguir determinadas conductas y actitudes. El régimen de libertad sólo está limitado por el respeto de los derechos de los demás. Se promulga que las personas son autónomas y tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad en todos los ámbitos de su vida personal y social. Por tanto, si los gobiernos u otros agentes poderosos del sistema quieren hacerse obedecer, deben utilizar herramientas más sutiles en el marco de los estados democráticos. Estas herramientas son la propaganda y la publicidad, y su mecanismo más eficaz parece ser la mentira.

“El papel de la propaganda y la publicidad es modificar la conducta de las personas a través de la persuasión es decir, sin parecer forzadas. Uno de los principales medios que utilizan para ello es la información: dando falsas informaciones, o sencillamente seleccionando las informaciones, se puede modificar los juicios de los interlocutores sobre las cosas, y con ello también su conducta. La propaganda y la publicidad no se reducen a la mentira, ya que pueden echar mano a toda una serie de procedimientos. Pero la mentira es probablemente el más eficaz, debido a que, cuando tiene éxito pasa desapercibida. Esto forma parte de su propia definición”.⁶⁹

La propaganda y la publicidad en la práctica social concreta recurren constantemente a la mentira porque su objetivo es ejercer una influencia sobre el público y sólo secundariamente difundir informaciones. La mentira

⁶⁹ DURANDIN, Guy. La mentira en la propaganda política y en la publicidad. Madrid: Editorial Paidós. 1983. Pp. 11.

constituye el mecanismo de seducción general, tolerado socialmente; ya que los individuos reconocen que la publicidad es engañosa y que el gobierno les miente, pero aun así les parece el estado normal de las relaciones sociales.

*“La mentira consiste en dar voluntariamente a un interlocutor una visión de la realidad diferente de la que uno mismo tiene por verdadera...”*⁷⁰

Definición ésta que se complementa con las características que tiene en el ejercicio social:

“La mentira – poniendo aparte las mentiras piadosas – es en efecto, un arma. Arma que pueden emplear ya sea los débiles, ya sea los fuertes y, en ambos casos, a título ofensivo o defensivo. Pero siempre consiste en colocar al adversario en un estado de debilidad relativa. Hoy en día la organización de la propaganda y de la publicidad se halla en manos de profesionales, y cuando éstos recurren a la mentira vuelcan en ello toda su competencia”.⁷¹

Los ámbitos de práctica de la propaganda y de la publicidad son por lo general, diferentes: la publicidad se refiere al terreno comercial y la propaganda a los asuntos del orden político o de interés público.

En el campo político la propaganda hace una presentación de la realidad pública conveniente al régimen y justifica sus propias metas o políticas propiciando sus bondades a cualquier costo. Se llega incluso a cambiar la versión de la realidad más cercana a los ciudadanos. El manejo de la opinión

⁷⁰ Ibid. Pp. 19.

⁷¹ Ibid. Pp. 12.

pública norteamericana ejemplifica el uso abierto de la mentira para justificar la acción bélica internacional contra Irak en la primera guerra del golfo:

“Veamos ahora las reacciones que justificaban la guerra. Los agresores no podían ser recompensados por su acción, sino que había que detener la agresión mediante el recurso inmediato a la violencia: esto lo explicaba todo. En esencia, no se expuso otro motivo. Pero, ¿es posible que sea ésta una explicación admisible? ¿Defienden en verdad los Estados Unidos estos principios: que los agresores no pueden obtener ningún premio por su agresión y que ésta debe ser abortada mediante el uso de la violencia? No quiero poner a prueba la inteligencia de quien me lea al repasar los hechos, pero el caso es que un adolescente que simplemente supiera leer y escribir podría rebatir estos argumentos en dos minutos. Pero nunca nadie lo hizo.

Fijémonos en los medios de comunicación, en los comentaristas y críticos liberales, en aquellos que declaraban ante el congreso, y veamos si había alguien que pusiera en entredicho la suposición de que los Estados Unidos era fiel de verdad a estos principios. ¿Se han opuesto los Estados Unidos a su propia agresión a Panamá, y se ha insistido, por ello, en bombardear Washington? Cuando se declaró ilegal la invasión de Namibia por parte de Sudáfrica, ¿impusieron los Estados Unidos sanciones y embargos de alimentos y medicinas? ¿Declararon la guerra? ¿Bombardearon Ciudad Cabo? No, transcurrió un periodo de veinte años de diplomacia discreta... ¿dónde está aquél famoso principio que defendemos? De nuevo, es un juego de niños el demostrar que aquellas no podían ser de ningún modo las razones par

ir a la guerra y precisamente porque nosotros no somos fieles a estos principios".⁷²

La propaganda de guerra que ya se ha analizado en este estudio es proclive a la utilización generalizada de información falsa y de la tergiversación. En la situación frente a Irak, el gobierno norteamericano ha magnificado el peligro representado por Sadam Husein y hace un prolijo recuento de las atrocidades y agresiones que se le atribuyen.

Son datos convenientes para suministrar a la opinión pública que de ésta manera detestará al dictador foráneo y apoyará la guerra contra un personaje tan malévolo. Pero las violencias y crueldades de responsabilidad del personal norteamericano en ese sitio geográfico o en otros, son ocultadas ya que se afectaría el respaldo público a las aventuras guerreras del gobierno de los EE.UU.

En definitiva los datos de la propaganda no tienen ningún arraigo de moralidad, importa poco si se miente o no. Lo importante es que lo que se diga o se de a conocer al público convenga a los intereses de Estado. Determinados enfoques de informaciones verdaderas podrían igual servir a los fines de la manipulación.

Sobre la publicidad se destaca lo siguiente:

"En cuanto a la publicidad, ésta se ejerce en un marco relativamente pacífico y entre interlocutores cuya buena fe se puede presumir. Por lo tanto, no debería mentir. Por lo demás, hemos visto que es objeto de una reglamentación más estricta que la propaganda. Pero también vimos que en parte ella escapa a esa reglamentación, y pone en

⁷² Op. Cit. CHOMSKY. Pp. 14.

*práctica un número considerable de subterfugios, bien sea para ocultar su propia naturaleza – la publicidad clandestina – bien sea para dar a los consumidores representaciones más o menos erróneas de índole de los productos, de la estructura de la industria y del comercio, y de sus propios motivos para comprar”.*⁷³

En el campo publicitario el manejo de la información es mucho más ambiguo y el recurso a la mentira se hace más difícil de detectar y controlar. Para incitar al consumo de productos se recurre a explotar las facetas instintivas, inconscientes e irracionales de los potenciales compradores. A los productos se les atribuyen cualidades imposibles de verificar y a través de su presentación física se les hace más deseables, aunque la utilidad sea escasa. El secreto en la producción industrial abunda en demasía y sólo después de consumos masivos se ha llegado a descubrir efectos perjudiciales de muchos artículos. Recurriendo a las estrategias mencionadas, la publicidad crea necesidades imaginarias y asegura sus ventas con intrincadas estrategias de distribución y mercadeo. El mundo comercial por su primacía económica termina aplastando los derechos de las personas alrededor del mundo, ante la mirada cómplice o impotente de los gobiernos, subyugados por el poder del dinero.

2.7 LA IMPARCIALIDAD, LA VERACIDAD Y LA OBJETIVIDAD EN EL ÁMBITO REAL DE LA DIFUSIÓN INFORMATIVA

En el capítulo primero se analizó cómo la Constitución Política Colombiana, los textos Constitucionales de otros países y los instrumentos jurídicos Internacionales le señalan unas cualidades especiales a la información, a la cual tienen derecho los ciudadanos en el Estado democrático. Se establece a

⁷³ *Ibíd.* Pp. 192.

través de estas normativas y en el desarrollo jurisprudencial correspondiente, que la información que reciben los ciudadanos debe ser imparcial, veraz y objetiva. Estos tres adjetivos pueden definirse en su sentido jurídico de la siguiente forma, para una mayor precisión:

- ***“Imparcialidad:*** *Actitud recta, desapasionada, sin prejuicios, ni prevenciones al proceder y al juzgar”.*
- ***“Veracidad:*** *Índole del que proclama siempre la verdad y sólo la verdad”.*
- ***“Objetividad:*** *Capacidad crítica o de juzgar, lejos de todo prejuicio o concepto interesado, y sin más base que la conducta y los meritos en lo personal y los hechos o las pruebas en lo material”.*⁷⁴

Las anteriores características tienden a entrelazarse en el análisis concreto de la información suministrada por los medios. La historia social de los medios en las diferentes naciones los ha convertido en ocasiones en burdos instrumentos de la propaganda política haciendo evidente sus facultades de manipulación. En términos generales, el debate se centra en la posibilidad real de que los medios masivos de comunicación puedan observar la conducta exigida por la juridicidad en el desempeño de la labor informativa. Esta situación es analizada por especialistas en ciencias de la comunicación, como la española Mar de Fontcuberta:

“Dado su papel predominante, los medios no tardaron en recibir críticas al considerar que ofrecían una realidad parcial o deformada que no se limitaba a ser un mero reflejo de lo que ocurría. Fueron acusados de falsear la realidad y de ofrecer interpretaciones erróneas.

⁷⁴ CABANELLAS, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho usual. Buenos Aires: Editorial Heliasta. 1994. Pp. 508.

La posibilidad o imposibilidad de la objetividad periodística se convirtió en tema de un debate, tan apasionado como difícil, en el que unos defendían conceptos como verdad, rigor informativo, punto de vista e imparcialidad, y otros lanzaban acusaciones de intencionalidad o manipulación tendenciosa de los hechos”.⁷⁵

Por otra parte, señala la misma autora, que en el debate sobre los medios se observa que el tratamiento de la información es de naturaleza creadora, ya que seleccionan noticias congruentes con los fines de los agentes que dirigen los medios. De esta forma apunta que:

“por último, los medios fueron considerados constructores, y no meros espejos, de una sociedad que los acataba como únicos referentes. Ello significaba aceptar que las noticias no existían al margen de los medios, sino que eran éstos quienes decidían qué hechos eran noticias o no, y por tanto, quienes administran el material informativo del que iba a nutrirse la opinión pública”.⁷⁶

Vale la pena cuestionar cada una de las cualidades ideales de la información, con el riesgo de que existan discusiones semánticas y filosóficas sobre el contenido e independencia de cada uno de estos valores. Sin embargo, examinados estos principios a la luz de diversas consideraciones se abre la posibilidad de rectificar posturas jurídicas y políticas en defensa del derecho a recibir información confiable.

2.7.1 La imparcialidad. En términos generales fue definida anteriormente como una actitud recta en la conducta y en el juicio, desapasionada y libre de prejuicios. Entendida en su sentido literal se advierte la conveniencia ideal de

⁷⁵ Op. Cit. DE FONTCUBERTA. Pp. 15 – 16.

⁷⁶ *Ibíd.* Pp. 16.

su observancia. Sin embargo, en el ejercicio práctico de las actividades humanas se presenta una gran variedad de matices de conducta difícilmente encasillables. De un lado es necesario resaltar que el medio informativo tiene una propia posición política y filosófica construida a través de su historia particular. Esto lo hace por lo general asumir posturas definidas frente a los acontecimientos. Por otra parte, el agente periodístico, es un ser humano con un bagaje cultural característico, con actitudes propias ante la vida social, y a través de los cuales le da un toque personal a su labor informativa. ¿Hasta qué punto es posible desterrar de los seres humanos y de sus grupos concretos las pasiones, los prejuicios y la toma de partido, sobre todo en actividades tan importantes como la difusión informativa? La respuesta a preguntas como éstas ha sido elaborada por importantes académicos del periodismo y de la política:

*“No existe, pues, la información pura, aquella información aséptica y reporteril que idearon los editores norteamericanos para convertir en eunucos a sus periodistas. Ni existe ni ha existido jamás. Toda información tiene en su contenido, una carga de opinión que deriva de las actitudes y opiniones de quien la escribe. Es imposible separar el anverso del reverso de una moneda. También lo es separar lo meramente informativo de la opinión”.*⁷⁷

El significado del término “imparcialidad” conlleva la idea de la valoración justa de la situación en cuestión, sin consideraciones personales. En el ámbito del manejo de la información, implicaría que el sujeto activo hiciera caso omiso de su posición como ser pensante con ideología propia y se refiriera exclusivamente a relatar el hecho. No cabría en esta instancia pronunciarse a favor o en contra de personajes públicos o de medidas sociales.

⁷⁷ Op. Cit. MUJICA. Pp. 47.

Por ejemplo:

*“El problema es muy complejo porque puede presumirse que el periodista sería capaz de hacer abstracción de “sus opiniones” y verter solamente una especie de descripción fenomenológica de los hechos. Pero esto no es cierto porque el término adhesión, al cual se refiere Stôetzel, significa ni más ni menos que quien opina lo hace espontánea y fatalmente, a pesar de si mismo. Adherimos a las fórmulas de opinión que la sociedad nos ofrece no obstante que pretendiéramos y quisiéramos mantenernos al margen de la contienda. En el fenómeno de la opinión adherimos a una fórmula que está fuera de nosotros. Es decir, adherimos. No es que pensemos adherir a una u otra. ¿Puede el periodista marginarse y abstraerse, en sus juicios, de semejante ley social? Es evidente que no. Lo más que puede lograrse es la transcripción de las opiniones ajenas y esto no sólo puede hacerlo un periodista, también lo hacen las secretarias”.*⁷⁸

Si vivir en una sociedad implica tomar partido sobre los asuntos que atañen a todos, la labor del periodista en el manejo de la información lo llevaría necesariamente a expresar sus puntos de vista en forma explícita o implícita. A través de los diferentes géneros periodísticos como la crónica, el reportaje, la entrevista, la columna de opinión y hasta en el escueto registro de los acontecimientos en la presentación escrita u oral de noticias, los medios y los periodistas no sólo relatan sino que comentan, cuestionan y debaten. La misma forma de presentar un hecho lo carga de significado.

⁷⁸ Ibid. Pp. 48.

Por esta razón se afirma que:

“el debate acerca de qué era más esencial, si la información o el comentario que examinaba el contenido y alcance de aquella, va cerrando su margen de discrepancia todos los días. Los periódicos europeos están regresando, apresuradamente, a relevar el significado cultural del periódico. Cultural en el sentido de actitud frente a la comunidad, o ante un grupo de ideas cardinales para defender en lo fundamental las peculiaridades del país”.⁷⁹

Lo anterior implica que el ejercicio del periodismo es eminentemente una labor intelectual que no sólo transmite datos sino que apunta a dar luces razonables sobre el acontecer social. Aunque los condicionamientos políticos y económicos que se han estudiado son una amenaza para la auténtica libertad de los medios, no puede obviarse el hecho de que estos entes informativos tienen una personalidad propia y una proyección cultural determinada. Este punto es señalado por el intelectual colombiano Otto Morales Benítez:

“Todos los días se acentúa una tendencia universal, contra la cual están luchando los diarios colombianos, como es que tratan que interferir su vida independiente los intereses políticos o económicos. Nuestros diarios expresan, casi sin excepciones, una posición política. Y más que ésta, una actitud ideológica frente a los problemas. Pero, a pesar de ello no quieren verse doblegados al avasallante poder de quienes creen tener el dominio del partido o de la opinión. No desean someterse nuestros diarios a esas presiones. Ellos buscan reflejar sus propios enfoques de la realidad nacional. Porque advierten con claridad que lo otro, puede no ser lo que adecuadamente convenga al

⁷⁹ Op. Cit. MORALES. Pp. 87.

*interés nacional. De allí dimana su fuerza y su autentica influencia en la vida colombiana”.*⁸⁰

Como se analizó en un apartado anterior, los medios masivos y el primero de ellos, la prensa escrita, tuvieron un origen ligado a la expresión de ideas políticas determinadas, fueron el instrumento de divulgación partidista para orientar a la opinión pública en una u otro sentido, en el nivel nacional y con expresiones similares en el resto del mundo. Aún hoy en día es visible la filiación política de los medios. En este sentido hay una evidente parcialidad de los medios masivos de información porque por lo general, de una u otra forma defienden posiciones o partidos en detrimento de otros. El término parcial es sinónimo de partidario. Esta situación no obsta para que el medio aun teniendo una posición particular con respecto a una problemática determinada sobre la cual informa, contraste su versión con alternativas de enfoque o de interpretación, con un ánimo pluralista.

Por otra parte el influjo del poder económico no siempre es un factor que atente contra la imparcialidad de los medios. Al menos en cuanto se refiere a la prensa, afirma Rafael Santos Calderón, uno de los miembros de la familia propietaria del diario “El Tiempo” de Bogotá; lo siguiente:

“Los críticos de la gran prensa arguyen que la prosperidad publicitaria de los periódicos los compromete y los obliga a ceder frente a intereses particulares y oficiales. Paradójicamente, un periódico con una pauta publicitaria considerable que garantice su bienestar económico, está más cerca de ejercer la independencia, del poder de la crítica objetiva, que un periódico cuyas finanzas son frágiles, y por ende vulnerable. Así, pues, curiosamente la independencia para poder

⁸⁰ *Ibíd.* Pp. 50.

*criticar está estrechamente ligada con el volumen publicitario y la variedad de anunciantes que utilizan el medio”.*⁸¹

Lo anterior no deja de ser parcialmente cierto porque en países como Colombia, en donde existen unos grandes grupos económicos, propietarios de las mayores empresas, su poder de dominación sobre los medios es inmenso. Aún más cuando estos mismos emporios son dueños de muchos medios importantes, como el caso de los dos principales canales de TV y la mayor parte de emisoras de radiodifusión en nuestro país. En este panorama la independencia y el ideal de imparcialidad quedan en una situación bastante precaria. El control de los medios por la empresa privada monopolista es un gran peligro para la democracia y para la sociedad.

*“El dinero, ‘el gran capital’, trata de controlar la prensa para, a través de la influencia de ésta, imponer criterios acerca de materias políticas. Inclusive determinar los candidatos presidenciales, parlamentarios, etc. Y con esas figuras sometidas, manejar la economía. Lograr sus propósitos de consolidar sus propios monopolios. El pueblo – que les incomoda tanto – estará así cada vez más lejos de la influencia de todo orden de decisiones”.*⁸²

El tema de la imparcialidad concita también el análisis de las fuentes. Una labor periodística confiable debe recurrir a múltiples fuentes para dar al público una información equilibrada. Es tradicional que los medios acudan ante las instancias gubernamentales por información en materia política y económica. Como se vio anteriormente la relación entre periodistas y políticos es particularmente problemática. A los últimos les interesa sobremanera el reflejarse favorablemente en los medios para mejorar su

⁸¹ Op. Cit. MORALES. Pp. 19.

⁸² Op. Cit. MORALES. Pp. 91 – 92.

imagen pública y obtener dividendos electorales. En esta relación es más factible que el medio y el periodista se inclinen a darle más espacio o a presentar mejor a aquellos políticos con los que comparten intereses e ideología. También, pueden los medios respaldar abiertamente políticas públicas o dedicarse a la oposición. Siendo tan inestable el debate político, los medios deberían actuar con cautela a la hora de tomar como fuente de información directa a los personajes públicos que principalmente detentan el poder. Si el medio aspira a ser algo más que un vocero de propaganda gubernamental debe ir más allá de la información oficial que suministran las oficinas de prensa. Los estudiosos de la comunicación puntualizan el hecho de que “a pesar de que la misión de dichos gabinetes es la de facilitar la tarea del periodista y no sustituirla, la práctica cotidiana confirma la enorme tendencia de los medios a aceptar como propias, y sin contrastar, informaciones que, dado su origen, nunca son imparciales”.⁸³

En suma, puede concluirse de lo expuesto que la cualidad ideal de imparcialidad para la información, resulta cuando menos problemática, ya que la actividad periodística conlleva la expresión y defensa de ideologías políticas y filosóficas, reflejadas en la presentación, en la interpretación y en el comentario de la información. Es posible considerar a la imparcialidad como un valor absoluto que no puede predicarse en sentido estricto de una labor concreta como la de difusión informativa. Hasta en los lenguajes más festivos el periodista toma partido, como en la caricatura:

“El dibujo aparece desde entonces, a unos y a otros como el medio ideal de dar una imagen de la realidad conforme con sus deseos... El dibujo está, pues situado en el más alto grado de los índices de

⁸³ Op. Cit. DE FONTCUBERTA. Pp. 141.

*espectacularización, porque transmite por la imagen las dosis de orientación soñados por el diario”.*⁸⁴

2.7.2 La veracidad. Definida como la condición del que proclama la verdad y sólo la verdad, esta característica ideal de la información conduce, a una discusión de lo que se denomina “verdad”. Sin el ánimo de entrar a debatir las posturas filosóficas del relativismo y del escepticismo, es procedente intentar dilucidar a la verdad y a las posibilidades reales de su existencia, con el auxilio de algunos tratadistas:

*“Pero, se dirá, ¿qué es la verdad, y en qué medida es accesible? La cuestión es importante, porque, si la verdad no existiera, se haría imposible delimitar la mentira. Para responder a esta pregunta distinguiremos dos cosas: la realidad y la verdad. La realidad es el objeto mismo del que se habla, y que según los casos es más o menos difícil de conocer; la verdad, por su parte, es una relación entre el conocimiento y la realidad. Llamamos conocimiento verdadero al que es el más fiel posible en relación con la realidad considerada, es decir, al que permite efectuar previsiones verificables. Por ejemplo, un interlocutor me indica el camino a seguir para llegar de un punto a otro: si en el transcurso de mi viaje encuentro todos los puntos de referencia que él me había indicado, diré que este interlocutor conocía verdaderamente el camino y además, que su palabra ha sido verídica”.*⁸⁵

De acuerdo con lo anterior, un conocimiento es verdadero cuando se aproxima lo más posible a la realidad en estudio, lo cual se establece con previsiones verificables. La verificación es un proceso preciso y autónomo

⁸⁴ MORIN, Violette. Tratamiento periodístico de la información. Facultad de Ciencias de la Información de Barcelona. Barcelona: ATE. 1994. Pp. 36.

⁸⁵ Op. Cit. DURANDIN. Pp. 19 – 20.

que consiste en la formulación de hipótesis sobre los datos disponibles y su posterior comprobación. Si el conocimiento planteado es verificado, se puede afirmar que es verdadero. El especialista francés Guy Durandin afirma que no se incurre en tautología al usar el término verificación en la definición de la verdad, porque aquel posee un carácter semántico autónomo.

Profundizando más en el debate, advierte el mismo autor que:

*“Podría objetarse que no es posible conocer una cosa por completo: cada elemento del universo está ligado a los demás, y para conocer tan sólo un elemento, teóricamente habría que conocer el universo entero y su historia. En otro sentido, se podría objetar que todo conocimiento es relativo, en la medida en que depende de la constitución del sujeto que conoce: dos seres diferentes no tienen exactamente la misma percepción de un mismo objeto. Pero estas dos dificultades no son razón suficiente para renunciar a la idea de verdad y caer así en el relativismo. De hecho, para desenvolvemos en la vida práctica no necesitamos conocer por entero una cosa. Para ir de un pueblo a otro no es necesario conocer íntegramente la geología de los sitios que se atraviesan ni la historia de sus poblaciones, basta con disponer de unos cuantos puntos de referencia”.*⁸⁶

Es evidente que la verdad en sentido absoluto es inabarcable, pero sí parece accesible la verdad particular de un hecho o acto delimitado y concreto. Aunque conocer por completo los objetos sea imposible y aunque la verdad se vea afectada por las diferencias en percepción de los sujetos, es posible alcanzar un conocimiento fiable respaldado por verdades modestas y singulares. La relatividad planteada por la indeterminación general del espacio y del tiempo, por la dificultad de efectuar reconocimientos totales de

⁸⁶ Ibid. Pp. 20.

la realidad y por la falibilidad del sujeto cognoscente puede ser sobrellevada para fines prácticos en forma sencilla.

“Por otra parte, la relatividad del conocimiento puede ser salvada, entre los interlocutores, estableciendo códigos destinados a describir la realidad: por ejemplo, se puede definir la distancia de un punto a otro con ayuda de unidades de medida: supongamos que esa distancia sea de 500 metros; cualquier interlocutor que efectúe la medición utilizando la misma unidad, obtendrá la misma cifra. Ciertamente es que cuanto mayor complejidad presenta un fenómeno, más difícil es conocerlo y más numerosas serán las interpretaciones a que dará lugar por parte de personas diferentes. Pero cuando un objeto está claramente delimitado en el tiempo y el espacio, es posible adquirir un conocimiento preciso de algunas de sus características y formular una descripción verídica de él. Así, pues, las nociones de verdad y mentira son aplicables a una importante cantidad de casos, y sería simplista renunciar a ello con el fin de que, en otros, la realidad es compleja y difícil de conocer”.⁸⁷

La discusión sobre la verdad es tan antigua y polémica que la mayor parte de autores en la historia de la filosofía se han pronunciado al respecto. Además no puede dejarse a un lado la importancia política del concepto de verdad. Se habla entonces de “la verdad oficial”, de “verdades a medias”, y de las artimañas del poder para ocultar o deformar la verdad. Pero pareciera útil a la sociedad y al sistema democrático no dejar a un lado el ideal de verdad, aunque su aplicabilidad sea mucha más reservada y matizada que las tradicionales pretensiones de valor absoluto e inmodificable.

⁸⁷ Ibid. Pp. 21.

*“Por lo demás el abandono de la idea de verdad puede conducir a los peores abusos, porque con la excusa del relativismo es posible afirmar, finalmente, cualquier cosa... El relativismo intelectual puede servir de coartada al absolutismo político. Pretender que nada es completamente verdadero hace posible imponer, tarde o temprano los propios puntos de vista. Privados de criterios de verdad, los interlocutores ya no están en condiciones de defenderse”.*⁸⁸

Pero, a su vez, un prudente escepticismo podría ser también aconsejable: sin desechar las posibilidades de verdad, desconfiar de lo planteado como completamente verdadero, de lo demostrado y establecido por las autoridades respectivas, hasta sujetarlo al examen de la razón y a la confrontación con las pruebas materiales, en lo posible. Un deseable equilibrio de apreciación conduciría a buscar las verdades y apoyarse en ellas, pero sin rendirle culto a ninguna en particular, en un ejercicio constante de aproximación concientemente reflexiva.

En el ámbito del ejercicio periodístico la búsqueda de información verdadera se plantea como el deber profesional por excelencia:

*“Su autocrítica, le debe indicar hasta donde puede avanzar en el suministro de datos que pueden ser fundamentales a la vida de su patria. Y desde luego, vuelve a aparecer la dicotomía: en el Estado totalitario, la verdad es de él, no hay para qué buscarla. Pero aún más, si se encuentra se impide transmitirla. En la democracia, en cambio, hay que hallarla – si alguien la niega –. No hay que olvidar la enseñanza, la regla y el mandato: el periodista es “una especie de conciencia de la sociedad”.*⁸⁹

⁸⁸ Ibid. Pp. 21.

⁸⁹ Op. Cit. MORALES. Pp. 31.

En el ejercicio de este rol de “la conciencia de la sociedad” el periodista y los medios actúan como vigilantes protectores del bienestar social, recurren en ocasiones a la denuncia pública para “destapar” la verdad de hechos sociales influyentes en la marcha general del sistema democrático. No es suficiente que el periodista evite dar al público información falsa o errónea. En su desempeño ideal debe ser un buscador de la verdad, para luchar contra el delito, la corrupción pública y otros peligros sociales. De aquí surge la vertiente del periodismo investigativo, labor titánica inspirada por el noble empeño de velar por los derechos ciudadanos. En este sentido uno de los precursores del periodismo moderno norteamericano Joseph Pulitzer afirmaba:

“Algunos quieren hacer creer, y lo consiguen, que un diario no debe dedicar espacio a versiones extensas e impresionantes de homicidios, accidentes ferroviarios, incendios, linchamientos, corrupción política, peculados, fraudes, sobornos, divorcios o lo que usted quiera. Pero le aseguro que se equivocan y creo que, si reflexionaran, lo comprenderían. Somos una democracia, y sólo existe un medio para sostener en pie una democracia en cuanto a su conducta individual, social, municipal, estadual y nacional, y es manteniendo al público informado de lo que sucede. No hay delito, trampa, engaño, ni corrupción que no sobreviva en el secreto. Pongamos esas cosas en descubierto, describámoslas, ataquémoslas, ridiculicémoslas en los diarios, y tarde o temprano la opinión pública se encargará de barrerlas... Lo que un diario necesita en sus noticias, en sus titulares y en su página editorial es concisión, humor, vigor descriptivo, sátira,

originalidad, buen estilo literario, condensación impecable y jexactitud, exactitud y exactitud!".⁹⁰

La búsqueda de la "verdad", tradicional objetivo de la razón humana, adquiere importancia social cotidiana en el ejercicio del periodismo. Pero de acuerdo con lo analizado sobre la naturaleza de la verdad, es prudente adoptar una posición más amplia que la calificación optativa de verdadero o falso. Los teóricos de la comunicación masiva advierten que:

*"El mensaje periodístico no debe interpretarse únicamente en el marco de lo verdadero y lo falso, sino en el marco más amplio y más complejo, de las "versiones" ideológicas de los hechos... el periódico, que además tiende a decirlo todo y a hablar de todo, se presenta como si tuviese en exclusiva la verdad, como si nadie la hubiese manipulado, como si nadie la hubiese escrito, como si no existiese intermediario entre el acontecimiento y el lector".*⁹¹

El prudente escepticismo frente a la "verdad" contenida en la información y en el conocimiento conduce a depositar la confianza en los procesos de verificación particulares a cada hecho o acto concreto. Pareciera posible predicar de un acontecimiento difundido su condición de verdadero cuando en la investigación periodística se ha hecho una labor de examen reflexivo sobre su ocurrencia y circunstancias propias. En este orden de ideas sigue teniendo un papel determinante el tema de las fuentes de la información: cuando son confiables y contrastadas debidamente ofrecen la posibilidad mayor de aproximación a la verdad en estudio.

⁹⁰ PULITZER, Joseph. De an adventure with a genius: Recollections of Joseph Pulitzer, por Alleyne Ireland, Dutton and Company, 1937. En: COBLENTZ, Edmond. Arte y sentido del periodismo. Buenos Aires: Ediciones Troquel. 1966. Pp. 25 – 26.

⁹¹ Op. Cit. DE FONTCUBERTA. Pp. IV – V.

“El tema de las fuentes... es clave para que el medio obtenga su información. Una de las características básicas del trabajo informativo debe ser la veracidad de sus contenidos y eso obliga a un proceso de verificación. Los medios suelen considerar a unas fuentes más fiables que a otras, y entre las primeras quienes se llevan la palma son las fuentes institucionales. Siempre tendrá más peso la información facilitada por un director general que la de un simple subalterno, aunque puede darse el caso de que la segunda sea más cierta que la primera”.⁹²

2.7.3 La objetividad. Esta cualidad exigida al manejo de la información desde los presupuestos éticos y jurídicos se definió como la capacidad de juzgar sin prejuicios o intereses, sino basado en la conducta o méritos en el aspecto personal y en los hechos o las pruebas de ellos en el plano material. Este concepto pone de relieve el parentesco semántico del término con la imparcialidad ya analizada, y las relaciones insoslayables con la crítica de la verdad. La objetividad se contrapone por *sindéresis* a la subjetividad, porque se entiende por aquella la condición de lo expresado tal y como se presenta en el mundo material, frente al último término que se refiere a la índole propia de lo sugerido por la experiencia interna del ser cognoscente, producto a su vez del cúmulo personal de conocimientos, pensamientos, intereses y convicciones. Cabe preguntarse si la objetividad en su sentido amplio puede ser exigida a la labor periodística. Este presupuesto es puesto en cuestión por los modernos tratadistas de las ciencias de la comunicación.

“El propio Lippmann, en su obra Public Opinion señala que “ni un testigo ocular trae una imagen verdaderamente natural de una escena. La experiencia parece demostrar que dicho testigo lleva él mismo a la escena parte de lo que después saca de ella, y que, con frecuencia, lo

⁹² Ibid. Pp. 140.

que se toma por el relato auténtico de un hecho es ¡una transposición del mismo!”. Aquellos periodistas imbuidos en el slogan anglosajón del redactor del Guardián de Manchester según el cual “los comentarios son libres, pero los hechos sagrados” (comment is free but facts are sacred), del cual surge la filosofía objetiva del periodismo, suelen no reparar en el hecho económico, social, y psicológico que condiciona y determina la narración de los hechos”.⁹³

De acuerdo con lo anterior, si la narración de los hechos por cualquier medio está condicionada por las circunstancias personales y sociales del sujeto agente informativo, se hace particularmente difícil exigirle una conducta profesional libre de apreciaciones subjetivas sobre lo que observa o lo que investiga. En el relato más escueto y sencillo la selección de términos, por ejemplo, enfoca la noticia desde una perspectiva personal. La presentación de una información con connotaciones morales o éticas, hace evidente la perspectiva individual del periodista que aprueba o reprueba una conducta personal o social en forma casi involuntaria. La valoración de los hechos materia de noticia, implica aprehender su faceta fenomenológica y verterlos en un lenguaje y una presentación característica de medio informativo. Por esta razón podría sostenerse que el manejo de la información y su presentación al público es una labor intelectual que entrega un “producto” muy elaborado para el “consumo” ideológico de las masas. Algunos periodistas y académicos consideran que existe una marcada diferencia entre el tratamiento de la información ente los diversos medios masivos, con respecto a la objetividad y al fomento de la capacidad crítica:

“Las técnicas sociales que llaman los expertos – radio, T.V., sistemas electrónicos de impresión, uso de los computadores, es decir, la utilización de lo anterior y de lo posterior a la revolución cibernética –

⁹³ Op. Cit. MUJICA. Pp. 58.

puede conducir a que el hombre se subordine a lo que le entregan, sin volver a consultar su poder analítico, su inteligencia escrutadora. El afán de otros medios por ganarle terreno a la prensa, no lo ha logrado. Porque si ellos quieren crear "imagen", la prensa tiene una misión más crítica".⁹⁴

El periodista pretende, en este orden de ideas, ser un guía intelectual que no sólo cuenta lo ocurrido sino que trasciende en la crítica, en la prevención, en la denuncia y en la orientación política. La objetividad en este sentido no puede concebirse como un valor totalizante sino relativo. Las ideas expresadas por el sujeto informador provienen de su realidad interior, son ideas propias, enmarcadas en el trasfondo ideológico personal único e irreplicable. Al periodista lo mueven intereses particulares, buena parte de ellos válidos y nobles con seguridad, y no está exento de cargar con prejuicios que le determinan ciertas posturas frente a lo que informa. El tratadista español Desantes Guanter sostiene al respecto:

"Cuando el sujeto informa acerca de las ideas, la única objetividad exigible es la sinceridad, que es la conformidad consigo mismo... Al sujeto no se le puede exigir un tipo de objetividad con relación a un patrón exterior, porque si el patrón es una realidad física se mueve en otro nivel del entendimiento y en consecuencia, no existe posibilidad de contacto y de contraste. Y si el patrón es una idea ajena, nos encontramos en un extremo límite de negación de la libertad... La objetividad exigible en la comunicación de hechos se realiza notablemente, o se subjetiviza, desde el instante en que el sujeto informador le marca su impronta en dos momentos del proceso

⁹⁴ Op. Cit. MORALES. Pp. 91.

*informativo: la captación o aprehensión de los hechos y el darle forma de mensaje, que es lo que constituye propiamente la información”.*⁹⁵

Si el periodista comunica hechos, la objetividad planteada está condicionada por los factores descritos, y cuando emite opiniones o juicios sobre la realidad su ámbito subjetivo se expande aún más pues ya no sólo da su versión de los hechos ocurridos sino que expresa sus pensamientos frente a ellos en ejercicio de la libertad propia de las sociedades democráticas. La objetividad se convierte así en un predicado bastante relativo e inasible en cuanto a la difusión informativa, situación que se advierte de mejor manera con el advenimiento de nuevas técnicas y formas de periodismo informativo.

La incursión de la literatura en la comunicación de hechos le ha transmitido especialmente a la prensa escrita un “nuevo lenguaje” más humano y comprometido con los acontecimientos. En Colombia, el literato Gabriel García Márquez, ha ejercido el periodismo explotando las posibilidades artísticas de la crónica y el reportaje, estrategia que eleva y motiva el tratamiento de las noticias para un público ansioso de lenguajes más cautivadores. Esta corriente denominada por algunos sectores “periodismo informativo de creación” tiene un buen número de exponentes en Colombia y en el periodismo objetivo. La especialista española Mar de Fontcuberta sintetiza el asunto de la siguiente forma:

“Los textos informativos de creación suscitan en el lector nuevas imágenes sobre la realidad, no convencionales, más o menos imprevisibles y, en cualquier caso, enriquecedoras y hasta heterodoxas. En ellos el periodismo reivindica y explicita su propia subjetividad. No es que el PIC (periodismo informativo de creación)

⁹⁵ DESANTES GUANTER, José María. La función de informar. Pamplona: Publicaciones Universidad de Navarra. 1976. Pp. 176.

sea “subjetivo”, a diferencia del periodismo informativo convencional, supuestamente “objetivo”, sino que la subjetividad es una cualidad común a todo periodismo y, por ende, a todo acto de aprehensión y transmisión de la realidad... Los únicos – y considerables – méritos de los periodistas que practican el PIC en sus diversas variantes consisten en explicitar esa subjetividad insoslayable, y en ciertos casos en reivindicarla y concebirla como deseable”.⁹⁶

La puesta en cuestión de las cualidades tradicionalmente exigidas desde lo ético y lo jurídico a la información masiva pone de manifiesto la complejidad y riqueza de una actividad social con posibilidades insospechadas. Tanto es así que se intenta escrutar el lenguaje críptico y subliminal junto con otras estrategias de la comunicación masiva potencialmente manipuladoras, que los medios pueden usar por entre los resquicios que deja la observancia de sus deberes aparentes. De un lado se advierte la presencia de información latente captada mecánicamente por el público, método muy común de la publicidad. Por otra parte, se resalta el uso de la repetición y de la saturación para bloquear el juicio crítico del receptor, creando asociaciones nuevas y convicciones artificiales. Incluso la composición formal de un diario o de un tele-noticiero puede convertirse en parte de la estrategia manipuladora. Estas creativas y sofisticadas herramientas – junto con otras inaparentes e insospechadas – podrían burlar por su naturaleza las exigencias éticas y jurídicas que se contemplan sobre el manejo de la información masiva. La investigadora francesa Violette Morin ha estudiado estos mecanismos ocultos de los medios que se han mencionado brevemente. En particular destaca la insospechada posibilidad manipuladora de los medios a partir de la organización de las informaciones en su presentación concreta:

⁹⁶ Op. Cit. DE FONTCUBERTA. Pp. 88.

“Esta diversidad no es desorden. No es, siquiera, el reflejo de un desorden propio de los acontecimientos. Está organizada para aportar un suplemento de sentido a cada signo. A falta de un sistema que permita medir la importancia de las connotaciones por proximidad, propias de la compaginación del diario, al menos se puede decir que la lectura de una información esta condicionada por el conjunto o la masa de las informaciones de la página y, pagina a pagina, por el de todo el diario... La diversidad sistemática de estos titulares disminuye la importancia de cada información”.⁹⁷

⁹⁷ Op. Cit. MORIN. Pp. 14.

3. MECANISMOS DE PROTECCIÓN AL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

El presente capítulo pretende ofrecer una serie de recursos adecuados para enfrentar la crítica situación del manejo de la información en los medios masivos de comunicación, de acuerdo con lo estudiado extensamente en el capítulo anterior. En consecuencia, se analizará el conjunto de instrumentos estatales y sociales para la salvaguarda del fundamental derecho a recibir información confiable, a través de los medios de comunicación social. Se hará un breve esbozo de los mecanismos protectores existentes en el ámbito de la democracia colombiana, junto con propuestas concretas de ampliación de dichos instrumentos y del establecimiento de otros nuevos, con el fin de lograr una mayor eficacia en el amparo del derecho en estudio.

Dada la naturaleza jurídica de esta investigación, se ha privilegiado el estudio de instrumentos político – legales, pero sin dejar de presentar las posibilidades que ofrecen campos extrajurídicos, como la ética de principios profesionales y la acción social concreta, para la protección complementaria del derecho ciudadano a recibir información de buena calidad. Igualmente se propone un grupo de características exigibles a la información difundida por los medios, que la hagan realmente confiable y útil para el bienestar social de los ciudadanos, en el contexto de la evolución de la democracia y en la dinámica compleja de la expansión de nuevas y viejas tecnologías de comunicación social.

3.1 REGULACIÓN JURÍDICA Y POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

En el Estado Social de Derecho, el ente gubernamental y administrativo tiene a su cargo un conjunto de responsabilidades con respecto a los medios de comunicación masivos. La Corte Constitucional de Colombia sintetiza estas obligaciones en una de sus sentencias:

*“El Estado frente a los medios masivos de comunicación, asume tres tipos de responsabilidades: el primero, no interferir, obstruir o impedir, haciendo un uso del poder que detenta, el desarrollo libre y autónomo de las funciones que les competen a dichos medios; el segundo, producir, a través de los órganos legitimados para el efecto, la normativa que sea necesaria para impedir que otras fuerzas sociales o poderes impidan el ejercicio del derecho a informar, a ser informado y a fundar medios masivos de comunicación, sin violar con ello las demás disposiciones del ordenamiento superior; y el tercero, propiciar y garantizar el ejercicio pleno por parte de todos sus titulares de los derechos fundamentales, los cuales a su vez son garantía del desarrollo efectivo del derecho a la información”.*⁹⁸

La protección legal y legítima que el Estado debe a sus asociados, le impone la carga de intervenir justificadamente en la esfera de los medios masivos de comunicación por intermedio de normas jurídicas o políticas públicas reguladoras. El Estado debe regular, mas no restringir o censurar, a los medios con el fin de proteger y garantizar los derechos fundamentales; para establecer normas sobre el uso gubernamental, político o electoral y para fomentar la diversidad y el pluralismo informativo en el marco del Estado democrático.

⁹⁸ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-350/97. M. P. Fabio Morón Díaz.

El régimen democrático aspira a conciliar los intereses, frecuentemente contrapuestos, de los actores sociales y para ello tiene que establecer límites que equilibren el poder social y protejan los derechos de todos. La jurisprudencia de la Corte Constitucional colombiana ha señalado al respecto que:

*“Los límites al ejercicio del derecho fundamental a la información, no se pueden confundir con la censura. Los límites sirven para evitar que colisionen entre sí los diferentes derechos fundamentales, o para determinar, en una situación concreta, si efectivamente hubo o no vulneración de un derecho en pro de desarrollar otro de la misma categoría; caso distinto es el de la censura, la cual consiste en una limitación concreta, más perfilada que los límites... que se opone a la libertad de expresión del pensamiento: una restricción de la posibilidad de actuar sin trabas que es característica de la prensa, que cuenta con una amplia tradición en los Estados autoritarios”.*⁹⁹

De esta forma, las normas jurídicas constituyen la materialización de la regulación democrática y establecen los órganos facultados para proyectar, desarrollar y ejecutar políticas públicas acordes con los fines legales. Aquí cabe preguntarse: ¿las leyes han creado los fundamentos necesarios para una adecuada regulación de los medios, en la debida protección de los derechos fundamentales? ¿Se han diseñado políticas públicas congruentes con las necesidades sociales y con los principios democráticos?

En el análisis de estas cuestiones se centrará la atención en el caso colombiano, sin perder de vista los puntos comunes con el resto de países del mundo occidental.

⁹⁹ Ibid.

3.1.1 Marco jurídico vigente y recursos legales para la protección del derecho a recibir información. Durante la última década, las políticas internacionales relacionadas con los medios de comunicación masivos se han caracterizado por la liberación de los mercados y la supresión de los obstáculos para su desarrollo económico. Esta tendencia se ha reproducido necesariamente en las reformas normativas como en el caso de los Estados Unidos:

“Presionada por los grandes grupos mediáticos estadounidenses, la Federal Communications Commission, FCC, de Estados Unidos autorizó, el 4 de Junio de 2.003, la flexibilización de los límites a la concentración: una empresa podría controlar hasta el 45% de la audiencia nacional (contra el 35%, en la actualidad). La decisión debía entrar en vigor el 4 de Septiembre último, pero debido a que algunos ven en ella “una grave amenaza para la democracia” fue suspendida por la Corte Suprema”.¹⁰⁰

En Colombia, la Constitución política consagra la libertad de expresión, la de informar y la de fundar medios masivos de comunicación. Advierte que dichos medios son libres, pero con responsabilidad social; garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad y prohíbe la censura (Art.20). La Carta Política establece también el derecho del periodista a informar sin presiones (Art.73); señala que el espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible, sujeto a la gestión y control del Estado; y prohíbe las practicas monopolísticas en su uso, con el fin de garantizar el pluralismo informativo y la competencia (Art.75).

¹⁰⁰ Op. Cit. RAMONET. Pp. 6.

A pesar de este amplio marco Constitucional no existe una ley integral de comunicación social que reglamente los espacios de libertad y los límites necesarios para evitar los abusos y la violación de derechos fundamentales. Existen en cambio leyes y decretos parciales sobre televisión y radio que reproducen los ideales normativos Constitucionales.

Las leyes 182 de 1995, 335 de 1996 y 680 de 2001, establecen los lineamientos generales para la prestación del servicio de televisión y las características de la Comisión Nacional de Televisión (Art. 76 y 77 C.P.), órgano de dirección, regulación y control del servicio. Estas sucesivas leyes, que han reformado a sus antecesoras en muchos apartes, insisten en “el propósito de garantizar el pluralismo informativo, la competencia, la inexistencia de prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético utilizado para el servicio de televisión y la prestación eficiente de dicho servicio”.¹⁰¹ En virtud de estas leyes, la CNTV tiene facultades sancionadoras para la protección de los mandamientos Constitucionales y legales, pero en la práctica su labor ha sido poco efectiva, hasta el punto de que el gobierno actual ha promovido su extinción de la vida jurídica. Una vez más, la ley se ha quedado en letra muerta, llena de prolijos detalles, pero sin que exista la voluntad política ni la coacción legal eficaz para el cumplimiento de sus fines.

La radio utiliza igualmente el espectro electromagnético con la asesoría del Consejo Nacional de radiodifusión. Está regida por la ley 174 de 1966 y los decretos 1.900 de 1990; 1.480 de 1994; 1.445, 1.446 y 1.447 de 1995. Por medio del plan general de radiodifusión sonora, el Gobierno Nacional desarrolla la política del servicio, determinado en la Ley y establece la ordenación técnica del espectro electromagnético para el otorgamiento de las concesiones de funcionamiento.

¹⁰¹ Ley 182 de 1995. Republica de Colombia. Bogota. Editorial Unión.1.998

Se establece a partir de estas normas legales que:

“el servicio de radiodifusión sonora está orientado a impulsar el desarrollo político, económico y social del país, para elevar el nivel y la calidad de vida de sus habitantes; a difundir e incrementar la cultura, la información y a afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana.

*Por tanto, todos los concesionarios tendrán la obligación de ajustar sus programas a los fines indicados difundiendo la verdad, procurando preservar la salud mental y física de la población y enalteciendo las tradiciones nacionales, la cohesión social, la paz nacional y la cooperación internacional”.*¹⁰²

La realidad social de la radiodifusión en Colombia nos muestra un elevado desarrollo y versatilidad de los medios técnicos, pero una progresiva concentración de la propiedad de dichos medios en manos de los principales grupos económicos.

Aparte de las anteriores regulaciones, los ciudadanos disponen en el sistema jurídico colombiano de un conjunto de recursos legales para exigir del Estado el amparo de sus derechos, frente a los abusos de los medios de comunicación social. Sin embargo, dada la complejidad de los roles y poderes de penetración de los medios estas medidas son insuficientes para la protección de los derechos ciudadanos.

¹⁰² Decreto 1480 de 1994. República de Colombia. Bogotá. Editorial Leyer. 1.999- Art. 4

La Corte Constitucional ha analizado las dimensiones de la responsabilidad social que le compete a los medios:

“La responsabilidad, en la primera de las dimensiones, es un ejercicio que compete y se agota en el mismo medio de comunicación, en el emisor, quien se presume cuenta con la suficiente capacidad para dotar de responsabilidad todas las actuaciones que debe surtir en el proceso de obtención, preparación, producción y emisión de la información que transmite. Esta dimensión no admite intervención del Estado, pues cualquiera se convertiría fácilmente en censura; por el contrario, la segunda dimensión, que sólo cobra vigencia si la primera por cualquier circunstancia ha sido ineficaz, es impuesta y exigida por los poderes del Estado; ella es concreta, específica, referida a una situación particular, y se ocasiona única y exclusivamente si el receptor que se siente afectado impulsa ante las autoridades competentes las acciones que le brinda la ley: tutela, acciones de tipo penal, acciones de tipo civil tendientes a que los perjuicios sean resarcidos, etc.”¹⁰³

Este es, en líneas generales, el marco jurídico colombiano sobre los medios masivos de comunicación y sobre el derecho a la información. Pero la problemática contemporánea de la comunicación social ha mostrado que el Estado y su sistema jurídico es en la actualidad insuficiente para proteger el derecho fundamental a la información. Esta situación es común a todos los Estados de democracia occidental que propenden por la consolidación de las prerrogativas fundamentales. Los medios de comunicación mundiales trascienden internacional y nacionalmente el poder de los Estados y organizaciones multilaterales; urge por tanto hacerles frente con mecanismos

¹⁰³ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-350/97. M. P. Fabio Morón Díaz.

jurídicos, éticos, sociales y culturales en la perspectiva de asegurar la libertad y los derechos ciudadanos.

3.1.2 Perspectivas jurídicas aplicables. En materia de libertad de expresión, los medios de comunicación masivos requieren la aplicación de límites mejor definidos a través de las leyes y la ética periodística. Se abre aquí un intenso debate histórico, pues de una parte se argumenta que un control jurídico más específico constituiría censura, mientras otras corrientes afirman que la protección de los derechos fundamentales de los ciudadanos amerita el establecimiento de regulaciones precisas para evitar el abuso de los poderosos medios:

*“El dilema entre cual de los dos sistemas – el jurídico o el deontológico – debe regular la actividad periodística no es menor: las leyes pueden ser más que restrictivas y eventualmente injustas, y la ética resulta un concepto inasible que, además, puede – y suele – ser fácilmente echado de lado. El primer caso se presta al abuso de poder de los gobiernos y a la persecución judicial de los periodistas; en el segundo, se abren las puertas a la irresponsabilidad, el sensacionalismo y la mercantilización de la información”.*¹⁰⁴

Esta delgada línea de diferenciación entre administración de libertades y protección de derechos puede ser salvada por una legislación pertinente, que atienda el legítimo interés de preservar los derechos básicos de todos. Sería antidemocrático y retardatario el imponer unas legislaciones que restrinjan arbitrariamente la libertad de expresión o de prensa. Pero también sería perjudicial para el conjunto social obviar la reglamentación de un bien público fundamental como la información y su distribución social, con el pretexto de

¹⁰⁴ ALBARRAN DE ALBA, Gerardo. Contextos jurídico, político y social del defensor del lector. Nº 53. Vol. 2. Año V. Marzo de 2003. Pp. 2. On line: www.saladeprensa.org

defender la libertad casi absoluta de poderosos emporios económicos. En este sentido, se afirma que:

*“hasta aquí es evidente que enfrentamos un reto suficientemente complejo para el periodismo, no sólo para el futuro, sino especialmente para que el presente nos permita llegar a un nuevo siglo en el que podamos asumir, de una vez por todas, que lejos de restringir libertades, acusación sistemática de quienes pretende la impunidad que devalúa el ejercicio profesional del periodismo, la normatividad debe garantizar su ejercicio”.*¹⁰⁵

Para el caso colombiano la expedición de una ley integral de comunicación social o la reforma a algunas de sus normativas requiere la elaboración de una ley estatutaria, de acuerdo con el Art. 152 de la Constitución Política, por tratarse de regulación de derechos fundamentales.

La Corte Constitucional puntualiza al respecto:

*“La regulación de aspectos inherentes al ejercicio mismo de los derechos y primordialmente la que signifique consagración de límites, restricciones, excepciones y prohibiciones, en cuya virtud se afecte el núcleo esencial de los mismos, únicamente procede, en términos Constitucionales, mediante el trámite de ley estatutaria”.*¹⁰⁶

Las normas existentes sobre televisión y radio insisten en la declaración de principios Constitucionales y legales convenientes como el pluralismo, la igualdad, la democratización y la responsabilidad; e incluso como se mencionó anteriormente existen órganos facultados para la vigilancia y

¹⁰⁵ SOLIS LERRE, Beatriz. El derecho a la información: Un reto nada nuevo frente al nuevo milenio. N° 10. Vol. 2. Año II. Agosto de 1999. Pp. 4. On line: www.saladeprensa.org

¹⁰⁶ República de Colombia. Corte Constitucional. Sentencia C-425/94. M. P.

control del medio, en este caso la Comisión Nacional de Televisión. Sin embargo esta legislación y control es insuficiente para una regulación efectiva de los medios.

Algunos investigadores mexicanos señalan los variados temas objeto de una regulación integral de los medios e incluso se llega a proponer una tipificación penal complementaria:

*“Debemos reconocer que existen lagunas fundamentales en materias como la regulación de los medios del Estado, el estatuto y códigos de ética de la empresas, los derechos y responsabilidades de los profesionales de la comunicación y la forma en la que se dispone de las frecuencias que conforman parte importante de la distribución de la información, mediante los medios electrónicos y por supuesto las nuevas normas que el proceso de internacionalización de la información y las tecnologías globalizadoras imponen”.*¹⁰⁷

La situación jurídica mexicana es muy similar, en cuanto a sus carencias y vacíos, a la colombiana. Una especial atención recae en la problemática indígena y su exclusión de la vida social y de la participación en los medios masivos. Javier Esteinou analiza las falencias de los acuerdos de paz del ejército zapatista con el Gobierno mexicano, en cuanto al derecho a la información de los pueblos indios:

“De esta forma, el acuerdo desconoció elementos como la elaboración de una nueva Ley de comunicación social que incluya los derechos de los ciudadanos, el reconocimiento del derecho a la comunicación, la reglamentación del derecho a la información, la creación del derecho de réplica, la eliminación de los monopolios informativos, la no

¹⁰⁷ Op. Cit. SOLIS LEREE. Pp. 1.

privatización de los espacios públicos, la creación de la figura del Ombudsman de la comunicación, el uso de 12.5% del tiempo oficial para la participación de los grupos indios, la modificación de la política de otorgamiento de concesiones de radio y televisión, el fortalecimiento del modelo de medios de servicio público, terminar con la relación de contubernio existente entre medios y Estado, la reducción del comercialismo en los medios, tipificar como delito la manipulación y la desinformación de la opinión pública, suprimir las expresiones sexistas y racistas del lenguaje, mayor autonomía de participación de las comunidades indígenas en las radiodifusoras indígenas, etc.”¹⁰⁸

En medio de esta multiplicidad de temas para una legislación sobre los medios de comunicación social, plantearemos algunas líneas esenciales de desarrollo jurídico básicas para la proyección de una ley fundamental sobre el tema, como normas antimonopolio, etc.

3.1.2.1 Normas antimonopolio. El principal problema de los medios de comunicación social modernos es la concentración de su propiedad en manos de unos cuantos emporios empresariales. Los dueños de los medios, hacen uso de ellos según la conveniencia de su interés personal, dejando a un lado los intereses sociales.

Una efectiva regulación debe establecer una participación equitativa y limitada en la propiedad de los medios. Es inaceptable que se constituyan monopolios comunicacionales (como en Italia, la superpotencia mediática del grupo Fininvest del primer ministro Silvio Berlusconi) u otras variantes como los duopolios (un ejemplo de esta situación lo ofrece Colombia con el

¹⁰⁸ ESTEINOU MADRID, Javier. El derecho a la infamación de los pueblos indios: El caso de México. 2002. Pp. 3 – 4. On line: www.inisoc.org

predominio en televisión y radio de los grupos propietarios de las empresas RCN y Caracol). La norma en comento debe señalar unos porcentajes de participación máximos con el fin de promover el pluralismo de medios, las alternativas de información y opinión con la sana competencia de la oferta mediática.

No basta con una formulación solamente retórica de este aspecto legal, como la ya existente. Con este fin se debe evitar dejar espacios legales que puedan ser aprovechados para burlar el espíritu de la norma. Por otra parte deben crearse mecanismos financieros con participación de fondos públicos, privados e internacionales para incentivar la creación de medios de información alternativos, que en lo posible sean modelos de democratización de la propiedad.

3.1.2.2 El derecho a la información como un derecho público. Esta tesis normativa hace hincapié en la reelaboración del concepto jurídico del derecho a la información en la noción del servicio público. “La expone el jurista peruano Ruiz Eldredge: los medios de comunicación se organizan en la actualidad principalmente dentro de las categorías jurídicas del derecho comercial, invocándose incluso la propiedad clásica. Todo ello ha permitido la absorción del dominio y el control de esos medios,

“... considerando vital para la humanidad la necesidad de expresarse y comunicarse, ello impone ciertas características a los medios de comunicación, lo que los definiría como “recursos de la sociedad”, como “patrimonio científico de la humanidad” y como “componentes fundamentales de la cultura universal”. “En lo jurídico, ello supondría extraer a los medios del campo privado y ubicarlos como propiedad social y como elemento material del servicio público que responda a las necesidades humanas ya descritas...”. Lo anterior conduciría a

ubicar la nueva rama del derecho a la información y a la comunicación dentro del derecho público, recogiendo el valioso caudal que aporta el derecho administrativo, sobre todo en cuanto a la noción del servicio público”¹⁰⁹

Esta noción del derecho a la información como servicio público es congruente con las necesidades y demandas de participación directa de los ciudadanos. A su vez, es complementaria de las normas antimonopólicas porque se fundamenta en la democratización de la comunicación. No significa lo anterior que los medios masivos deban ser en su totalidad de propiedad pública, sino que adquieren la categoría de servicio público acorde con las necesidades sociales. Este servicio puede ser prestado por los particulares, pero con una regulación Estatal que garantice el acceso y la participación activa de la base social. Esta filosofía jurídica innovadora reorientaría el desempeño de los medios de comunicación hacia el interés ciudadano. No bastaría obviamente con la simple formulación de estas nociones jurídicas en la ley. Por el contrario, haciendo eco a Ruiz, Eldredge se podría aprovechar las instancias y recursos que el derecho administrativo ofrece para la protección de los usuarios de este servicio público, con la constitución de agremiaciones de usuarios y la implementación de quejas, reclamos y acciones legales por las fallas y abusos del servicio.

3.1.2.3 La diversidad de contenidos. La agenda informativa de los medios generalmente se impone a los ciudadanos, sin consultarlos y sin darles la posibilidad de conocer alternativas de contenidos. La hegemonía de los medios privados les permite marcar la pauta en los temas de actualidad y conferir un estatus determinando hechos o situaciones. En su afán de captar lectores o sintonía, los medios en muchas ocasiones, privilegian la información frívola o caen en el amarillismo. Estas conductas causan

¹⁰⁹ Op. Cit. TRIANA. Pp. 166.

repercusiones negativas en la educación y en la cultura de la sociedad. Una legislación integral de los medios debe establecer la obligatoriedad de difundir en una buena proporción información de verdadero interés general e información cultural y educativa. No se trata de imponer barreras a la libertad de expresión y de prensa, sino de controlar la banalización de la información con fines publicitarios y comerciales.

3.1.3 Políticas públicas de comunicación. La sola expedición de normas jurídicas no constituye una garantía absoluta de su posterior implementación y efectividad. Se requiere la elaboración de ambiciosas políticas públicas que establezcan los marcos generales de acción gubernamental y administrativa para adelantar las reformas consignadas en los instrumentos jurídicos. Incluso la misma producción de una norma jurídica, puede depender de una política pública que la ambiente o que le brinde el espacio para su establecimiento.

Vale la pena tener en cuenta que:

*“el derecho y el equilibrio, igual que la libertad, son categorías morales, legales y formales, que dejan de un lado las exigencias infraestructurales de su cumplimiento. Un marco conceptual más adecuado tendrá que enfocar el concepto del poder, tanto como criterio como meta estratégica. El poder de la comunicación incluye el acceso a la infraestructura de la comunicación (la tecnología), a los medios de producción y distribución, a la competencia para articular un contenido y a la posibilidad de recibir tal contenido”.*¹¹⁰

¹¹⁰ BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique. Políticas de comunicación: Un retrato actual. En: DMORGAS SPA, Miguel (ED). Sociología de la comunicación de masas. “Nuevos problemas y transformación tecnológica”. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A. Vol. IV. 1985. Pp. 131.

Es imposible que una norma jurídica prevea todas las circunstancias materiales para su implementación. Se requiere la participación de la voluntad política democrática del gobierno y de la sociedad en su conjunto para alcanzar los propósitos legales. Por ejemplo, sin una adecuada capacitación de profesionales de los medios o sin los recursos necesarios para democratizar los medios masivos, es muy difícil incidir en la realidad social del manejo de la información.

*“Queda entonces clara la necesidad de diseñar una política nacional de comunicación, entendida como un acuerdo integrado, explícito y duradero de principio y normas de comportamiento aplicables a las instituciones y personas involucradas en el proceso de comunicación social de un país, como lo planteaba la UNESCO, con el reconocimiento y apoyo del sector privado, pero con la estructuración de sistemas complementarios que atiendan las necesidades de información y comunicación de comunidades étnicas o campesinos en las zonas rurales o de sectores sociales específicos en las comunidades urbanas”.*¹¹¹

3.2 INSTRUMENTOS ÉTICOS DE AUTORREGULACIÓN

3.2.1 Códigos deontológicos. El desarrollo de los medios masivos de comunicación a través de la historia, mostró paulatinamente los conflictos éticos que se creaban a partir del manejo de la información, en medio de los diversos intereses personales y sociales. La conciencia de los deberes profesionales de los periodistas y de las empresas mediáticas se materializó en instrumentos básicos de autocontrol:

¹¹¹ Op. Cit. TRIANA. Pp. 171.

*“Pero frente a las situaciones de crisis la sociedad suele generar sus propias soluciones, de la misma manera que la conciencia de los errores se convierte en el comienzo de un aprendizaje para corregirlos y evitarlos. En el pasado o no se los veía, o no se los sentía; hoy son cada vez más conocidos y para prevenirlos aparecen los manuales de estilo o los códigos éticos que los medios adoptan como guías para la producción de piezas de comunicación de calidad y de acuerdo con unas políticas editoriales inspiradas en principios éticos y técnicos”.*¹¹²

La autorregulación a través de códigos éticos o manuales de estilo le permite al medio y a los periodistas desenvolverse en un marco de libertad, limitado por su propia voluntad responsable en el ideal deontológico. La necesidad de esta regulación se hizo más evidente ante los progresos tecnológicos y empresariales de los medios:

“Junto con los manuales, la publicación de los códigos éticos, de la empresa y de los periodistas, fue una práctica que se generalizó en el siglo XX casi paralelamente con el desarrollo tecnológico de las comunicaciones. A mayor tecnología, más problemas éticos, nacidos de la convicción creciente del poder de los medios... Ante la acumulación de preguntas y problemas que plantea el desarrollo de los medios, como tecnología y como empresas, la formulación de los grandes valores de la profesión se ha hecho necesaria, tanto como las brújulas en los barcos sacudidos por una tempestad... La dura lección está enseñando que la ética es un activo indispensable para la supervivencia empresarial. El New York Times lo aprendió y con él los medios de comunicación que han tenido la honradez suficiente para entender que la credibilidad es un activo que debe cuidarse con un

¹¹² Ibid. Pp. 4.

*celo mayor que el consagrado a las rotativas y equipos de computación”.*¹¹³

Sin embargo, la efectividad de los códigos éticos está en entredicho. Una escueta declaración de principios deontológico sin mecanismos adecuados para asegurar su cumplimiento, constituye una autorregulación incompleta. La misma compleja situación de intereses económicos y políticos sobre los medios, podría mostrar como ingenua la creencia de que los periodistas y sobre todo los medios se ajustarán por su sola voluntad a una regulación dependiente de ellos mismos. Nos es que se plantee una desconfianza absoluta frente a las posibilidades de la ética y frente a la moralidad del trabajo profesional periodístico. Pero la decadencia actual de los medios masivos compele a optar por instrumentos más coercitivos. La efectividad de los códigos deontológicos entra en cuestión por múltiples situaciones:

*“Los códigos deontológico para ser efectivos no deben constituir únicamente un catálogo de los deberes de los periodistas, sino también de todos aquellos que desde el interior de las empresas informativas o desde el exterior puedan condicionar el ejercicio de la profesión periodística. El periodismo se encuentra actualmente en una encrucijada en que confluyen información, dinero, poder e imagen. Información, consumo, marketing”.*¹¹⁴

El Código Europeo de Deontología del Periodismo, adoptado en Estrasburgo el 1 de Julio de 1.993 es el instrumento ético de la información mejor constituido, que aparte de adoptar los respectivos principios éticos

¹¹³ *Ibíd.* Pp. 4.

¹¹⁴ NÚÑEZ ENCABO, Manuel. España: Entre la ética y el derecho. Latinoamérica: Entre el desarrollo integrador y el colonialismo. *En:* Revista de Ciencias de la información. Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la información. Número extraordinario. 1995. Pp. 275 – 276.

profesionales, esboza mecanismos válidos de control junto con sanciones a los infractores. Señala que los mecanismos de control podrían estar conformados por editores y periodistas, e incluso por expertos de universidades, usuarios de la comunicación y los jueces. Como sanción este código establece solamente la obligación que deben asumir los medios de comunicación de publicar las resoluciones que se emitan por los mecanismos de autocontrol, para que la opinión pública conozca en detalle las faltas a la responsabilidad que cometan los medios y periodistas, con la participación complementaria de otros actores sociales transgresores. (Ver anexo A)

La credibilidad y eficacia de estos códigos éticos pueden consolidarse con la participación de agentes sociales diferentes a los periodistas en su control y aplicación: “Es indispensable que la deontología y la ética de la información sean definidas y defendidas por una instancia imparcial, creíble, independiente y objetiva, en cuya seno los universitarios tengan un papel decisivo”.¹¹⁵

Una figura que podría convertirse en la institución garante del cumplimiento fiel de los códigos éticos es el Defensor del Lector, oyente o telespectador, conocido internacionalmente como ombudsman. La ética defendida por estos instrumentos es la llamada ética de principios o deberes “que corresponde a la ética de convicción de que hablaba Max Weber, y que tiene como línea de conducta el hacer lo que se debe, obteniendo lo que se puede, de acuerdo con los principios”.¹¹⁶

3.2.2 La figura del ombudsman. El ombudsman es un mecanismo de autorregulación de los medios que tuvo un origen histórico como corrector de

¹¹⁵ Op. Cit. RAMONET. Pp. 5.

¹¹⁶ LAFER, Celso. Ensayos liberales. México: F.C.E. 1993. Pp. 135.

ortografía, estilo e impresión, hasta adquirir en el presente unas tareas deontológicas como protector del interés ciudadano en los medios.

*“Habitualmente traducido al castellano como defensor del lector, oyente o telespectador – según el medio al que se aluda – el ombudsman es un órgano unipersonal que vela por el correcto funcionamiento deontológico de la actividad de un medio. En términos generales, atiende quejas y trata de encontrar soluciones satisfactorias... su labor se orienta a recibir e investigar las quejas de los consumidores sobre la exactitud, la imparcialidad, el equilibrio y el buen gusto en la cobertura de las informaciones. Una vez recibida e investigadas las quejas, el defensor recomienda respuestas adecuadas para corregirlas o aclararlas. Aunque las formas de trabajo difieren de un defensor a otro, todos ellos comparten el mismo propósito: servir de intermediarios entre los receptores y emisores de un medio”.*¹¹⁷

Esta figura profesional puede desempeñar un loable papel en la aplicación del Código Deontológico y demás instrumentos éticos del medio. Javier Darío Restrepo, notable periodista colombiano y reconocido ombudsman de periódicos nacionales, afirma en numerosos apartes del texto precitado, que el ombudsman con su labor de crítica, señalamiento y denuncia de los abusos, errores y vacíos del medio, se constituye en guía y defensor de la credibilidad de los periodistas. De esta forma prestaría el mayor servicio a los lectores: ofrecerles una información en la que puedan creer. El logro de estos objetivos lo convertiría en el instrumento idóneo para la protección del derecho a la información. Sin embargo, la pertenencia o cercanía del ombudsman al medio que vigila lo hace blanco de críticas severas:

¹¹⁷ HERRERA DAMAS, Susana. Situación del ombudsman en el mundo. El defensor de la audiencia: Un mecanismo de autorregulación. Nº 76. Vol. 3. Año VI. Febrero de 2005. Pp. 1. On line: www.saladeprensa.org

“La función de los ‘ombudsmen’ o mediadores, que fue útil en los años 1980 y 1990, está actualmente mercantilizada, desvalorizada y degradada. Es a menudo un instrumento de las empresas, responde a imperativos de imagen y constituye una coartada barata para reforzar artificialmente la credibilidad de los medios”.¹¹⁸

Sin negar la posible eficacia de los instrumentos éticos por sí mismos, es dable estudiar la posibilidad de complementar lagunas de sus figuras con mecanismos de naturaleza jurídica, que les brinden una mayor coercibilidad para enfrentar el complejo ámbito de la comunicación social.

3.2.3 Herramientas jurídicas para la figura del ombudsman. El ombudsman por sí solo, no constituye una garantía de efectividad en la protección del derecho a la información: “Finalmente, es posible que, a la hora de criticar la efectividad de defensor, se produzca también una especie de capitalización de su efectividad, que llevaría a depositar sobre esta figura demasiadas expectativas y afanes de solución, como si la simple presencia del defensor pudiera poner fin a todas las contradicciones, dilemas y encrucijadas éticas con las que se encuentran los periodistas”.¹¹⁹ Sin embargo, la figura del ombudsman puede ampliarse con un mecanismo jurídico que le brinde mayor eficacia y le permita hacer cumplir las disposiciones consignadas en los códigos deontológicos de los medios.

El ombudsman de cada medio, asesorado por un comité consultivo, acoge las quejas, investiga y al comprobar las faltas de medios o periodistas, traslada el expediente a la comisión nacional de cada medio, para que esta entidad reguladora imponga la sanción correspondiente. En esta forma, la

¹¹⁸ Op. Cit. RAMONET. Pp. 5.

¹¹⁹ Op. Cit. HERRERA DAMAS. Pp. 12.

tarea del ombudsman se da en dos niveles: el ético, en la investigación de conductas inapropiadas y el jurídico, con la vinculación de la labor independiente del ombudsman con una entidad reguladora estatal, facultada para establecer sanciones.

3.3 CARACTERÍSTICAS EXIGIBLES A LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR LOS MEDIOS

En el capítulo anterior se puso en tela de juicio el conjunto de características exigidas por la juridicidad a la información suministrada por los medios. La veracidad, la imparcialidad y la objetividad fueron cuestionadas a la luz de la filosofía y el derecho. Solamente la veracidad mantuvo en el análisis descrito, la validez correspondiente a la fidelidad de la información, con respecto a la realidad descrita y a la verificación de los datos que conforman las noticias.

Parece válido, en este orden de ideas, plantear unas características necesarias a la información de la comunicación masiva, coincidentes con los principios legales y éticos de la difusión informativa:

3.3.1 Responsabilidad. Es aquella virtud o disposición habitual de asumir las consecuencias de las propias decisiones y actos. También es el desempeño personal ejemplar, con la observancia de los deberes y exigencias de la propia profesión o trabajo.

La responsabilidad del comunicador o periodista debe ser una responsabilidad ética pública, pero la legislación o los códigos de ética deben o tienen medios efectivos, no solo punibles, sino también ético o morales de rendición de cuentas.

El periodista responsable es aquel que presenta y analiza un acontecimiento desde su punto de vista, pero le ofrece al receptor el mayor número posible de elementos de juicio para que éste comparta o desaprobe la versión del informador. La calidad del medio y la del profesional del periodismo se miden por su bagaje cultural y por la amplitud de criterio en la interpretación de la realidad que le presentan al público.

*“La potencia informativa del periódico se pone de manifiesto entonces en el número, la calidad y el pluralismo de sus fuentes de información. Ante un hecho noticiable determinado, el periódico necesita disponer de varias fuentes contrastables para que su propia versión no sea una mera transcripción o reproducción de la que le ha proporcionado una fuente, ni refleje tan sólo la versión de una de las partes en conflicto”.*¹²⁰

Los medios masivos tienen la responsabilidad social y política en el sistema democrático de obtener y difundir una información libre y amplia conforme con los derechos de los ciudadanos. La responsabilidad exige una buena formación y suficientes conocimientos al periodista para un tratamiento adecuado de la información.

Por otra parte, la responsabilidad implica la actuación periodística fundamentada y conciente de las repercusiones que ocasiona su labor, ya sea ella una denuncia particular o la difusión de un hecho social de grandes magnitudes.

3.3.2 Pluralismo. Es un principio político – legal de naturaleza democrática que consiste en la existencia de múltiples opciones libres en todas las áreas del ejercicio ciudadano. Es un valor de orden Constitucional (C.P. Art.1) y

¹²⁰ Op. Cit. DE FONCUBERTA. Pp. 58.

“representa un espacio de libertad para la toma de decisiones, que fundamenta y legitima el orden valorativo plasmado en la Constitución Política”.¹²¹

En el campo de la información, el pluralismo se traduce en la presentación de las diferentes versiones e interpretaciones de los acontecimientos, y en la existencia de suficientes alternativas mediáticas que ofrezcan variadas temáticas y puntos de vista diversos sobre el acontecer social.

El concepto de pluralismo se contrapone a la monopolización y a la hegemonía en los medios masivos. Las políticas públicas deben forzar la democratización de la información social, mediante el aumento de la oferta de medios diversos, con unos parámetros económicos y políticos más amplios.

3.3.3 Veracidad. El análisis del capítulo anterior mostró la conveniencia de mantener el concepto de veracidad como una exigencia a la información difundida por los medios masivos. Baste añadir en este punto una definición certera de la veracidad en el campo informativo:

“La veracidad, tomando a José Ortega y Gasset, nace de la conexión entre el hecho, las circunstancias (historia, conocimientos, relaciones) y quien lo narra. O sea, que compromete a quien la propone porque, como anotaba Leibniz, la veracidad es una verdad moral, algo que construye y permite el debate y la opinión clara de la mayoría. O sea, que está comprometida con la existencia porque hace parte de lo que pasa y con la voluntad porque esta propone, en una persona que no

¹²¹ Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-059/95. M. P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

*esté desequilibrada, hacer lo mejor posible a fin de lograr un bien mayor, y en el caso de la información, una certidumbre”.*¹²²

3.4 ACTUACIÓN DEL USUARIO DE LOS MEDIOS PARA UNA RECEPCIÓN CRÍTICA Y ACTIVA

La protección de derecho fundamental a la información no descansa solamente en medidas legales y éticas, ni en la enorme responsabilidad de los medios y de los periodistas. El ciudadano receptor o usuario de dichos medios, también es responsable de asumir la defensa de sus derechos con actitudes y acciones concretas que se reflejen en la vida cotidiana. La especialista en ciencias de la información Mar de Fontcuberta propone unos presupuestos básicos:

“Las nuevas tecnologías hacen posible el aumento de la información, pero ha de ser cualitativa y no cuantitativa. Más información no significa necesariamente mejor información. He dicho en más de una ocasión que una persona no está más informada por leer cinco diarios al día, escuchar múltiples emisoras de radio o conectar con distintos canales de televisión, sino cuando es capaz de:

- a. Distinguir los elementos básicos para interpretar la realidad;*
- b. Darse cuenta de las omisiones clave para la misma;*
- c. Descubrir tácticas y estrategias de persuasión empleadas en la emisor de mensajes informativos, lo cual implica conocer los mecanismos de producción de la información; y,*

¹²² ANJEL R., José Guillermo. De la veracidad como construcción de la verdad. Nº 75. Vol. 3. Año VI. Enero de 2004. Pp. 3 – 4. On line: www.saladeprensa.org

- d. *Ser capaz, en consecuencia de aceptar o rechazar el mensaje, global o parcialmente, pero siempre desde una actitud crítica*.¹²³

Esta capacidad del ciudadano para escrutar y reconocer la información de los medios masivos no se adquiere súbitamente. Requiere cierta formación cultural y el ejercicio diario de tareas sencillas frente a la recepción de los medios masivos. Se necesita que el ciudadano se afirme en su autonomía personal, desarrolle su mentalidad crítica para no limitarse a las quejas y prevenciones inocuas:

“Una opinión pública bien formada exige un distanciamiento crítico capaz de evaluar, analizar, seleccionar y tomar postura frente a los contenidos de la prensa, la radio y la televisión, tanto en su vertiente informativa como en la publicitaria. El análisis del periodismo requiere una teoría y una práctica, y para eso pueden ayudar algunas acciones concretas. La primera por ejemplo, es acostumbrarse a recibir información por todos los medios: prensa, radio y televisión. La segunda es no limitarse a un solo periódico, emisora o canal. En primer lugar, porque tendremos acceso a más informaciones; en segundo lugar porque podremos seguir una noticia tratada desde ángulos diferentes con fuentes distintas o, incluso, opiniones enfrentadas. La tercera es convertirnos en consumidores críticos de los medios”.¹²⁴

De las acciones personales cuyo objetivo es la propia formación crítica, es necesario pasar a la intervención social cuando existan causas que ameriten una manifestación evidente del desacuerdo frente al manejo de la información por un medio o se requiera un pronunciamiento expreso para

¹²³ Op. Cit. DE FONTCUBERTA. Pp. 147.

¹²⁴ *Ibíd.* Pp. 156 – 157.

buscar una rectificación o señalar un abuso concreto. El ciudadano tiene el deber de actuar frente al amarillismo, el sensacionalismo, la mala fe y exigir el cumplimiento de la responsabilidad social de los medios.

*“Si somos capaces de analizar una información sabremos valorarla en su justa medida, y si el resultado es negativo, intervenir. La intervención puede hacerse bien a través de los canales del propio medio (cartas al director, llamadas telefónicas, quejas al ombudman, bien a través de vías externas al medio, como pueden ser desde determinadas asociaciones parlamentarias o recursos ante el Defensor del Pueblo, por ejemplo. Por último, siempre nos quedará un recurso final: dejar de consumir el medio. Es el definitivo”.*¹²⁵

La formación académica y cultural ofrece un respaldo inigualable para explorar el mar de información que el mundo contemporáneo nos ofrece. No puede dejarse a un lado la investigación personal de los temas de interés ni la suspicacia para entrever los engaños y mentiras que abundan en el campo informativo.

*“En síntesis el mejor antídoto contra la mentira es el conocimiento. Pero dado que no es posible saberlo todo, puede ser útil disponer de un cuadro de los motivos y procedimientos de la mentira, a fin de plantearse preguntas y, llegando al caso, buscar informaciones necesarias. ‘¿A qué viene ahora, se dirá uno, esta propaganda pacifista?’ O bien ‘¿Por qué razón esta publicidad para un producto de este tipo, en este periódico, y precisamente ahora?’.*¹²⁶

¹²⁵ Ibíd. Pp. 157.

¹²⁶ Op. Cit. DURANDIN. Pp. 190.

También resulta útil la organización no gubernamental de entidades que velen por el derecho a la información y mantengan una actitud vigilante frente a los medios para denunciar públicamente sus abusos. La agrupación ciudadana hace más fuerte el control y la crítica, con el fin de que las voces que cuestionan no se pierdan ante la desatención de los medios y de los organismos Estatales. El periodista Ignacio Ramonet ha propuesto la conformación de un órgano internacional:

*“Por eso, hemos propuesto la creación del Observatorio Internacional de Medios de Comunicación (en inglés, Media Watch Global). Para disponer finalmente de un arma cívica, pacífica, que los ciudadanos podrán utilizar con el fin de oponerse al nuevo superpoder de los grandes medios de comunicación masiva. Este observatorio es una expresión del movimiento social planetario reunido en Porto Alegre (Brasil). En plena ofensiva de la globalización liberal, expresa la preocupación de todos los ciudadanos ante la nueva arrogancia de las industrias gigantes de la comunicación”.*¹²⁷

3.5 LOS RETOS DE LA COMUNICACIÓN MASIVA

3.5.1 La democratización de la información a través de las nuevas tecnologías. Las nuevas tecnologías de la información como el Internet parecen ofrecer oportunidades insospechadas para que se democratice el acceso y la difusión de la información. Cada ciudadano desde su ordenador tendría la posibilidad de interactuar con otros y acceder a información cuya fuente sería inalcanzable con los métodos tradicionales. Estas perspectivas con criticadas desde las limitaciones que poseen los medios tecnológicos. Se señala que por ejemplo el ciberespacio está repleto de “info-basura” que

¹²⁷ Op. Cit. RAMONET. Pp. 4.

antes que informar y educar, deforma. Otros investigadores se oponen a esta crítica, a su juicio simple y retrógrado:

*“La actitud defensiva se limita a identificar lo mejor del modelo pedagógico tradicional con el libro, y anatematizar el mundo audiovisual, como el mundo de la frivolidad, de la alienación, de la manipulación. Ójala, el libro fuera un medio de reflexión y de argumentación, pero desgraciadamente no lo es. Como lo demuestra una investigación de la Universidad del Valle sobre hábitos de lectura y usos sociales de la televisión, la inmensa mayoría de la gente, de todas las clases sociales de Cali, identifica el libro con la tarea escolar, de manera que una vez terminado ese periodo de la vida el libro deja de tener función... lo que implica pensar si la escuela está formando el ciudadano que no sólo sabe leer libros sino también noticieros de televisión y los hipertextos informáticos”.*¹²⁸

Es bastante polémico el descalificar el papel cultural y educativo del libro según la teoría de Barbero, pero es fundamental hacer eco a su llamado en cuanto a introducir en la educación el estudio y análisis del uso de los medios audiovisuales y del hipertexto. Esta última herramienta, circunscrita al ámbito tecnológico de la Internet abre expectativas importantes en cuanto a la futura interacción informativa, que será posible gracias a este medio: “El hipertexto, una tecnología informática que consiste en bloques de texto individuales, las lexias, con enlaces electrónicos que los conectan entre ellos, presenta muchos puntos en común con la teoría literaria y crítica mas reciente”.¹²⁹

¹²⁸ BARBERO, Jesús Martín. Retos culturales de la comunicación a la educación: Elementos para una reflexión que está por comenzar. Ministerio de Cultura. En: Gaceta. Nº 44/45. Enero/Abril. Madrid. 1999. Pp. 9.

¹²⁹ LANDOW, George. ¿Qué puede hacer el crítico? La teoría crítica en la edad del hipertexto. En: LANDOW, George. (Compilador): Teoría del Hipertexto. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A. 1997. Pp. 210.

Las ventajas de este medio han sido analizadas por investigadores que se han puesto en la tarea de entroncar la tecnología con la teoría política, siguiendo las huellas de renombrados filósofos contemporáneos:

*“La teoría de Habermas proporciona así un sólido marco teórico centrado en el esfuerzo por establecer la preferencia por el régimen democrático como algo más que una ideología y como algo coherente con las tecnologías modernas. Al mismo tiempo, este marco refuerza y refina concepciones y observaciones que hemos notado en la literatura. Una vez más, el énfasis en la acción comunicativa como foro de democratización del discurso refuerza las concepciones que hemos visto del hipertexto como sistema de escritura-lectura, tanto independiente como en red, que permite a los usuarios modificar activamente los textos existentes. Refuerza aun más el compromiso con el régimen democrático y define la concepción de discurso democrático y de sus condiciones. En particular, la noción de Habermas de un discurso sin coacción apoya algo como las nociones de “discurso libre y abierto” (Sproull y Kiesler) que, aparentemente, permitiría a ‘casi todo el mundo... exponer sus ideas, preocupaciones y demandas delante de todos los demás’ (dertouzos)”.*¹³⁰

Este visionario panorama se ve atenuado por la realidad económica y social del planeta. Por lo menos en el tercer mundo, donde las expectativas de satisfacer las necesidades básicas para todos son inciertas, se hace bastante improbable la masificación de los ordenadores y del acceso a Internet en un futuro mediano. Sin embargo las posibilidades tecnológicas son halagüeñas, sin olvidar que los medios son sólo herramientas que no funcionan adecuadamente sin seres humanos bien formados.

¹³⁰ ESS., Charles. El ordenador político, hipertexto, democracia y Habermas. En: LANDOW, George. (Compilador). Pp. 288.

3.5.2 La agencia latinoamericana de noticias. Un aspecto importante de la protección del derecho a recibir información, es la consolidación de fuentes endógenas de noticias que respeten la identidad cultural y privilegien las visiones regionales del acontecer noticioso. Por esta razón, se hace urgente en Latinoamérica la creación de una agencia de noticias regional, independiente y libre que propenda por una información ética para el desarrollo de nuestros países. Un modelo a imitar lo constituye la televisión qatarí Al Jazeera, que en el reciente conflicto de Irak se constituyó en una alternativa mediática frente al monopolio de los medios masivos norteamericanos:

*“Las imágenes retransmitidas por las cámaras de Al Jazeera mostraron toda la crudeza de la guerra, mientras que las grandes cadenas estadounidenses, aduciendo diversos motivos, ofrecieron una versión de acuerdo a la lineamientos del Departamento de Defensa estadounidense, que les ‘sugirió’, entre otras cosas, no pasar al aire imágenes de soldados aliados hechos prisioneros o muertos en combate”.*¹³¹

La creación de esta agencia noticiosa abriría espacios de pluralidad informativa, en un mundo dominado por unas pocas fuentes. En este sentido, el sistema de televisión por cable ha contribuido también a una diversificación mediática y al conocimiento de las versiones noticiosas de canales alternativos en diferentes naciones.

¹³¹ ROJAS ORDUÑA, Octavio Isaac. Una Al Jazeera para Latinoamérica. N° 56. Vol. 2. Año V. Junio de 2003. Pp. 1. On line: www.saladeprensa.org

4. CONCLUSIONES

- El derecho fundamental a recibir información veraz, responsable y pluralista es una garantía indispensable para la formación de la opinión pública, el desarrollo personal y social, y la libre valoración de las opciones políticas en el marco de la democracia moderna.
- La información es un presupuesto básico para una sociedad libre. Los ciudadanos desinformados son incapaces de tomar decisiones apropiadas en los diferentes ámbitos de la vida personal y social. Recibir una información confiable permite acceder a otros derechos y ventajas sociales.
- Los medios masivos de comunicación tienen un papel protagónico en el manejo de la información social. Su condición de empresas económicas poderosas las ha hecho manipular la información, para promover sus intereses económicos e interactuar en el ámbito político y así lograr beneficios corporativos.
- La información global es monopolizada por las grandes agencias de noticias (A.P., Reuters, France Press, etc.), los poderosos canales de T.V norteamericanos (C.N.N., Fox, etc.) y grandes diarios del mundo desarrollado. Existen pocas fuentes mundiales alternativas a este predominio multinacional, entre ellas diarios europeos críticos y la televisión qatarí Al Jazeera.

- La manipulación de la información mantiene a los ciudadanos en un estado de subyugación social; su capacidad crítica se reduce a la aceptación pasiva de los contenidos que le suministran los medios. La mentira se convierte en una estrategia sofisticada para orientar la opinión y fabricar el consenso de acuerdo con los intereses económicos o políticos que defiende el medio.
- La relación entre medios masivos de comunicación y los gobiernos o la clase política, es especialmente problemática. Frecuentemente se da una relación de colaboración recíproca, entre favores políticos y otorgamiento de preeminencia pública a determinados actores políticos. En ocasiones la relación es de abierto enfrentamiento, que conduce a una degradación del medio como instrumento burdo de propaganda y desprestigio.
- Para la protección del derecho a recibir información confiable se requiere regular efectivamente los medios masivos, con el propósito de acabar con el monopolio de la información, promover la creación de medios alternativos, incentivar contenidos culturales, educativos y orientar el manejo de la información como un servicio público que debe prestarse con calidad, eficiencia y responsabilidad.
- La regulación ética del derecho a la información es una herramienta complementaria importante para la salvaguarda de este derecho y para la formación periodística. Los códigos deontológicos del periodismo y la figura del ombudsman adquieren mayor utilidad con la adición de mecanismos jurídicos para esta última institución. La actuación del ombudsman puede incluir la presentación de informes ante instancias reguladoras y sancionadoras de la conducta de periodistas y medios.

- La información que suministran los medios debe ser responsable, veraz y pluralista. La acción concreta de los ciudadanos debe orientarse a la recepción crítica y a la agrupación para intervenir en defensa del derecho a ser bien informados.
- La evolución de la informática y de las telecomunicaciones plantea retos importantes en cuanto al aprovechamiento de estas tecnologías en beneficio del derecho a la información y en la construcción de una democracia real a partir de las interacciones virtuales y de la ampliación de los procesos comunicativos.

BIBLIOGRAFÍA

ALBARRAN DE ALBA, Gerardo. Contextos jurídico, político y social del defensor del lector. N° 53. Vol. 2. Año V. Marzo de 2003. On line: www.saladeprensa.org

ANJEL R., José Guillermo. De la veracidad como construcción de la verdad. N° 75. Vol. 3. Año VI. Enero de 2004. On line: www.saladeprensa.org

BARBERO, Jesús Martín. Retos culturales de la comunicación a la educación. Elementos para una reflexión que está por comenzar. Ministerio de Cultura. En: Gaceta. N° 44/45. Enero/Abril. Madrid. 1999.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique. Políticas de comunicación: Un retrato actual. En: DMORGAS SPA, Miguel (ED). Sociología de la comunicación de masas. "Nuevos problemas y transformación tecnológica". Vol. IV. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, S. A. 1985.

CABANELLAS, Guillermo. Diccionario Enciclopédico de Derecho usual. Buenos Aires: Editorial Heliasta. 1994.

CARBONELL, Miguel. Constitución, Reforma Constitucional y Fuentes del Derecho en México. Universidad Autónoma de México. Ciudad de México: Editorial Porrúa. 2000.

CHOMSKY, Noam. El control de los medios de comunicación. N° 54. Vol. 2. Año V. Abril de 2003. On line: www.saladeprensa.org

Corea de Hoy. Revista Mensual. Nº 2 (301). 1995.

D'ARCY, Jean. El derecho humano a comunicar. Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación. Nº 36. UNESCO. París. 1976.

DE CARRERAS SERRA, Lluís. Régimen Jurídico de la Información: Periodistas y medios de comunicación. Barcelona: Editorial Ariel. 1996.

DE FONTCUBERTA, Mar. La noticia: Pistas para percibir el mundo. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A. 1993.

DESANTES GUANTER, José María. La función de informar. Pamplona: Universidad de Navarra. 1976.

DURANDIN, Guy. La mentira en la propaganda política y en la publicidad. Madrid: Editorial Paidós. 1983.

ESS., Charles. El ordenador político, hipertexto, democracia y Habermas. En: LANDOW, George. (Compilador).

ESTEINOU MADRID, Javier. El derecho a la infamación de los pueblos indios: El caso de México. 2002. On line: www.iniscc.org

HERRERA DAMAS, Susana. Situación del ombudsman en el mundo. El defensor de la audiencia: Un mecanismo de autorregulación. Nº 76. Vol. 3. Año VI. Febrero de 2005. On line: www.saladeprensa.org

HONORIOUR, Andrés. Derecho Constitucional e Instituciones Políticas. Barcelona: Editorial Ariel. 1980.

JIMENO, Ramón. Cómo gana Chávez. Lecturas Dominicales. El Tiempo. Septiembre 5 de 2004.

LANDOW, George. ¿Qué puede hacer el crítico? La teoría crítica en la edad del hipertexto. En: LANDOW, George. (Compilador). Teoría del hipertexto. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, S. A. 1997.

MALAGON, Alberto. Noticia e ideología. Santo Domingo: Editora Universidad Autónoma de Santo Domingo. 1977.

MORALES BENÍTEZ, Otto. Reflexiones sobre el periodismo. Santa fe de Bogotá: Ediciones Plaza y Janes. 1989.

MORIN, Violette. Tratamiento periodístico de la información. Facultad de Ciencias de la Información de Barcelona. Barcelona: ATE. 1994.

MUJICA, Héctor. El imperio de la noticia: Algunos problemas de la información en el mundo contemporáneo. 3ª ed. Universidad Central de Venezuela. Caracas: Ediciones Biblioteca. 1982.

NÚÑEZ ENCABO, Manuel. España: Entre la ética y el derecho. Latinoamérica: Entre el desarrollo integrador y el colonialismo. En: Revista de Ciencias de la información. Facultad de Ciencias de la información. Universidad Complutense de Madrid. Número extraordinario. 1995.

ROJAS ORDUÑA, Octavio Isaac. Una Al Jazzera para Latinoamérica. N° 56. Vol. 2. Año V. Junio de 2003. On line: www.saladeprensa.org

RUEDA SUÁREZ, Ernesto. En: GÓMEZ ORTIZ, Armando. Los candidatos presidenciales. El Tiempo y El Espectador. 1998. Bucaramanga: Publicaciones UIS. 1999.

SAMPEDRO BLANCO, Víctor. Periodismo, conflicto simbólico y fetichismo. Tipología y tensiones de las relaciones entre periodistas y políticos. En: Revista de ciencias de la información. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. N° 10. 1994.

SOLIS LERRE, Beatriz. El derecho a la información: Un reto nada nuevo frente al nuevo milenio. N° 10. Vol. 2. Año II. Agosto de 1999. On line: www.saladeprensa.org

TRIANA, Alejandro. Derecho y comunicación. En: Pensamiento jurídico. Revista de teoría del derecho y análisis jurídico. Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Derecho. Ciencias Políticas y Sociales. N° 6. 1996.

THOMPSON, John B. Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Ediciones Paidós. 1998.

PULITZER, Joseph. De an adventure with a genius: Recollections of Joseph Pulitzer, por Alleyne Ireland, Dutton and Company, 1937. En: COBLENTZ, Edmond. Arte y sentido del periodismo. Buenos Aires: Ediciones Troquel. 1966.

Leyes, decretos y jurisprudencia:

Constitución Política de Colombia. 1991. Bogota. Editorial Leyer. 2.003. Art. 20.

Declaración Universal de los Derechos Humanos. Catálogo de Divulgación. Bogotá. 1996.

Convención Americana de Derecho Humanos. Temis: Bogotá. 1990.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-488/93. M. P. Vladimiro Naranjo Mesa.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-425/94. M. P. José Gregorio Hernández.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-059/95. M. P. Eduardo Cifuentes Muñoz.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-497/95. M. P. Eduardo Cifuentes Muñoz

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia C-350/97. M. P. Fabio Morón Díaz.

Decreto 1480 de 1994. Republica de Colombia. Bogotá: Editorial Unión. 1998.

Ley 182 de 1995. República de Colombia. Bogotá: Editorial Leyer. 1999.

Tribunal Constitucional Español. Sentencia C-59/86. C-107/88.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-332/93. M. P. José Gregorio Hernández.

Corte Constitucional de Colombia. Sentencia T-512/92. José Gregorio Hernández

ANEXOS

ANEXO 1.

**CÓDIGO EUROPEO DE
DEONTOLOGÍA DEL PERIODISMO**

Estrasburgo, 1 de Julio de 1993

RESOLUCIÓN APROBADA POR UNANIMIDAD

Ponente y redactor: Manuel Núñez Encabo

La Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, adopta los siguientes principios éticos del periodismo y estima que deberán ser aplicados en Europa.

NOTICIAS Y OPINIONES

- 1.** Además de los derechos y deberes jurídicos que están recogidos en las normas jurídicas pertinentes, los medios de comunicación asumen en relación con los ciudadanos y la sociedad, una responsabilidad ética que es necesario recordar en los momentos actuales, en los que la información y la comunicación revisten una gran importancia para el desarrollo de la personalidad de los ciudadanos así como para la evolución de la sociedad y la vida democrática.
- 2.** El ejercicio del periodismo comprende derechos y deberes, libertad y responsabilidad.
- 3.** El principio básico de toda consideración ética del periodismo debe partir de la clara diferenciación, evitando toda confusión, entre noticias y opiniones. Las noticias son informaciones de hechos y datos, y las opiniones expresan pensamientos, ideas, creencias o juicios de valor por parte de los medios de comunicación, editores o periodistas.
- 4.** La emisión de noticias debe realizarse con veracidad, a través de las actividades verificadoras y comprobadoras oportunas y con imparcialidad en la exposición, descripción y narración de los mismos. Los rumores no deben confundirse con las noticias. Los titulares y enunciados de las noticias deben subrayar lo más fielmente posible el contenido de los hechos y datos.

5. La expresión de opiniones puede versar sobre reflexiones en relación con ideas generales o referirse a comentarios sobre noticias relacionadas con acontecimientos concretos. Si bien es cierto que en la expresión de opiniones por ser subjetivas, no debe ni es posible exigirse la veracidad, sin embargo se debe exigir que la emisión de opiniones se realice desde planteamientos honestos y éticos.

6. La opinión referente a comentarios sobre acontecimientos o acciones de personas o instituciones, no debe intentar negar u ocultar la realidad de los hechos o de los datos.

EL DERECHO A LA INFORMACIÓN COMO DERECHO FUNDAMENTAL DE LAS PERSONAS, EDITORES, PROPIETARIOS Y PERIODISTAS

7. Los medios de comunicación efectúan una labor de "mediación" y prestación del servicio de la información y los derechos que poseen en relación con la libertad de información, están en función de los destinatarios que son los ciudadanos.

8. La información constituye un derecho fundamental reconocido como tal por el Convenio europeo de los derechos humanos y las Constituciones democráticas, cuyo sujeto o titular son los ciudadanos, a quienes corresponde el derecho de exigir que la información que se da desde el periodismo se realice con veracidad en las noticias y honestidad en las opiniones sin ingerencias exteriores, tanto de los poderes públicos como de los sectores privados.

9. Los poderes públicos no deben considerarse propietarios de la información. La representatividad pública legítima para actuar en orden a garantizar y desarrollar el pluralismo de los medios de comunicación y para asegurar que se creen las condiciones necesarias para el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, excluyendo a la censura previa. El Comité de Ministros es consciente de ello como lo prueba su Declaración sobre la libertad de expresión y de información adoptada el 24 de abril de 1982.

10. El tratamiento del periodismo debe efectuarse teniendo en cuenta que éste se ejerce desde los medios de comunicación, que están sustentados en un soporte empresarial y donde se deben distinguir editores, propietarios y periodistas, por lo que además de garantizar la libertad de los medios de comunicación, es necesario también salvaguardar la libertad en los medios de comunicación evitando presiones internas.

11. Las empresas periodísticas se deben considerar como empresas especiales socioeconómicas, cuyos objetivos empresariales deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental.

12. En las empresas informativas debe existir transparencia en materia de propiedad y gestión de los medios de comunicación, posibilitando el conocimiento claro de los ciudadanos sobre la identidad de los propietarios y del nivel de su participación económica en los medios de comunicación.

13. En el interior de la empresa informativa en relación con la libertad de expresión deben coexistir editores y periodistas, teniendo en consideración que el respeto legítimo de la orientación ideológica de los editores o propietarios, queda limitado por las exigencias inexorables de la veracidad de las noticias y de la ética de las opiniones, lo que es exigible por el derecho fundamental a la información que poseen los ciudadanos.

14. En función de estas exigencias es necesario reforzar las garantías de libertad de expresión de los periodistas a quienes corresponde en última instancia ser los emisores finales de la información. En este sentido es necesario desarrollar jurídicamente y clarificar las figuras de la cláusula de conciencia y el secreto profesional de las fuentes confidenciales, armonizando las disposiciones nacionales sobre estas materias para ejercerlas en el marco más amplio del espacio democrático europeo.

15. Ni los editores o propietarios ni los periodistas deben considerarse dueños de la información.

Desde la empresa informativa la información no debe ser tratada como una mercancía sino como un derecho fundamental de los ciudadanos.

En consecuencia, ni la calidad de las informaciones u opiniones ni el sentido de las mismas deben estar mediatizadas por las exigencias de aumentar el número de lectores o de audiencia o en función del aumento de los ingresos por publicidad.

16. El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas en cuanto a tales no como masas.

LA FUNCIÓN DEL PERIODISMO Y SU ACTIVIDAD ÉTICA

17. La información y la comunicación que se realizan por el periodismo a través de los medios de; comunicación y con el soporte formidable de las nuevas tecnologías, tiene una importancia decisiva con el desarrollo individual y social. Es imprescindible para la vida democrática, ya que para desarrollarse plenamente, la democracia debe garantizar la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos. Baste señalar que esta participación será imposible si los ciudadanos no reciben la información oportuna sobre los asuntos públicos que necesitan y que debe ser prestada por los medios de comunicación.

18. La importancia de la información, principalmente de la radio y de la televisión en la cultura y la formación fue puesta de relieve en la Resolución 1067 de la Asamblea y también es evidente su repercusión en la opinión pública.

19. Sería erróneo sin embargo deducir que los medios de comunicación representan a la opinión pública o que deban sustituir las funciones propias de los poderes o entes públicos o de las instituciones de carácter educativo o cultural como la escuela.

20. Ello llevaría a convertir a los medios de comunicación y al periodismo en poderes o contrapoderes (mediocracia) sin que al propio tiempo estén dotados de la representación de los ciudadanos o estén sujetos a los controles democráticos propios de los poderes públicos, o posean la especialización de las instituciones culturales o educativas correspondientes.

21. Por tanto, el ejercicio del periodismo no debe condicionar ni mediatizar la información veraz o imparcial y las opiniones honestas con la pretensión de crear o formar la opinión pública, ya que su legitimidad radica en hacer efectivo el derecho fundamental a la información de los ciudadanos en el marco del respeto de los valores democráticos. En este sentido, el legítimo periodismo de investigación tiene su límite en la veracidad y honestidad de informaciones y opiniones y debe ser incompatible con campañas periodísticas realizadas desde tomas de posiciones previas e intereses particulares.

22. En el ejercicio del periodismo, las informaciones y opiniones deben respetar la presunción de inocencia principalmente en los temas que permanecen sub judice, excluyendo establecer juicios paralelos.

23. Se respetará el derecho de las personas a su propia vida íntima. Las personas que tienen funciones en la vida pública tienen el derecho a la protección de su vida privada, salvo en los casos en que ello pueda tener incidencias sobre la vida pública. El hecho de que una persona ocupe un puesto en la función pública, no le priva del derecho al respeto de su vida privada.

24. La búsqueda de un equilibrio entre el derecho al respeto de la vida privada, consagrada por el artículo 8 del Convenio europeo de derechos del hombre y la libertad de expresión consagrada por el artículo 10, está ampliamente documentada por la jurisprudencia reciente de la Comisión y el Tribunal Europeo de Derechos del hombre.

25. En el ejercicio del periodismo el fin no justifica los medios por lo que la información deberá ser obtenida a través de medios legales y éticos.

26. A petición de las personas afectadas, se rectificará por los medios de comunicación, con el tratamiento informativo adecuado de manera automática y rápida, las informaciones y las opiniones que sean falsas o erróneas. La legislación nacional deberá prever sanciones adecuadas y si es necesario indemnizaciones por los daños.

27. Para que exista una armonización en el uso de este derecho en los Estados miembros del Consejo de Europa, es conveniente aplicar la Resolución 74-26 sobre el derecho de réplica: situación del individuo en relación a la prensa, adoptado por el Comité de Ministros de 2 de julio de 1974, así como las disposiciones pertinentes del Convenio Europeo sobre la Televisión Transfronteriza.

28. Para asegurar la calidad de trabajo del periodismo y independencia de los periodistas es necesario garantizar un salario digno y unas condiciones, medios de trabajo e instrumentos adecuados.

29. En las necesarias relaciones que en el ejercicio del periodismo se mantengan con los poderes públicos o con los sectores económicos, se evitará llegar a una connivencia tal que pueda repercutir en la independencia y la imparcialidad del periodismo.

30. En el periodismo no se debe confundir lo conflictivo o espectacular con lo importante desde el punto de vista informativo. El periodista no mediatizará el ejercicio de su función con la finalidad principal de adquirir prestigio o influencia personal.

31. Dada la complejidad del proceso informativo, basado cada vez más en la utilización de nuevas tecnologías, la rapidez y la síntesis, se debe exigir a los periodistas una formación profesional adecuada.

LOS ESTATUTOS DE LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

32. En el interior de la empresa informativa deben convivir los editores, propietarios y los periodistas. Para ello es necesario la elaboración de estatutos de la redacción periodística con la finalidad de ordenar las relaciones profesionales de los periodistas con los propietarios y editores en el interior de los medios de comunicación, con independencia de las obligaciones laborales. Dentro de estos estatutos se podrá prever la existencia de comités de redacción.

SITUACIONES DE CONFLICTO Y CASOS DE PROTECCIÓN ESPECIAL

33. En la sociedad se dan a veces situaciones de tensión y de conflictos nacidos bajo la presión de factores como el terrorismo, la discriminación de las minorías, la xenofobia o la guerra. En estas circunstancias los medios de comunicación tienen la obligación moral de defender los valores de la democracia, el respeto a la dignidad humana, la solución de los problemas a través de métodos pacíficos y de tolerancia, y en consecuencia oponerse a la violencia y al lenguaje del odio y del enfrentamiento, rechazando toda discriminación por razón de cultura, sexo o religión.

34. En lo referente a la defensa de los valores democráticos, nadie debe ser neutral. En este sentido los medios de comunicación deben ser factores importantes para prevenir momentos de tensión y deben favorecer la comprensión mutua y la tolerancia y la confianza entre las diferentes comunidades en las regiones en conflicto, tal como se ha proyectado a través de las medidas de confianza por la Secretaría General del Consejo de Europa en el caso de los territorios de la antigua Yugoslavia.

35. Teniendo en cuenta la especial influencia de los medios de comunicación fundamentalmente la televisión y la sensibilidad de los niños y los jóvenes, se evitará la difusión de programas, mensajes o imágenes relativas a la exaltación de la violencia, el sexo y el consumo y el empleo de un lenguaje deliberadamente inadecuado.

ÉTICA Y AUTOCONTROL EN EL PERIODISMO

36. Teniendo en consideración lo anteriormente expuesto los medios de comunicación deben:

Comprometerse al sometimiento de principios deontológicos rigurosos que aseguren la libertad de expresión y el derecho fundamental de los ciudadanos a recibir noticias veraces y opiniones honestas.

37. Para la vigilancia del cumplimiento de estos principios deontológicos, deben crearse organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos usuarios de la comunicación, representantes de la universidad y de los jueces, que emitirán

Resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo, con el compromiso previamente asumido por los medios de comunicación de publicar tales resoluciones.

38. Tanto por los organismos o mecanismos de autocontrol como por las asociaciones de los usuarios de la comunicación y por Departamentos universitarios, se podrán publicar anualmente investigaciones efectuadas a posteriori sobre la veracidad de las noticias difundidas por los medios de comunicación, contrastando la adecuación o inadecuación de las noticias con la realidad de los hechos. De esta manera se obtendrá un barómetro de la credibilidad que servirá de guía a los ciudadanos sobre el valor ético de cada medio de comunicación o de cada sección o periodista en particular. Las medidas correctivas tomadas en consecuencia permitirán al mismo tiempo mejorar el ejercicio del periodismo.

RECOMENDACIÓN AL COMITÉ DE MINISTROS

1. La Asamblea Parlamentaria recordando sus informes en el campo de los medios de comunicación.

2. Desde 1970 la Asamblea Parlamentaria y otros órganos como el Parlamento europeo, han solicitado la elaboración de códigos deontológicos del periodismo. Sin embargo, los textos existentes no tienen un alcance internacional suficiente y su eficacia práctica es muy limitada.

3. Los ciudadanos de los distintos Estados miembros del Consejo de Europa comparten cada vez más los mismo medios de comunicación en el interior de un espacio informativo europeo común.

4. En consecuencia, la Asamblea recomienda al Comité de ministros:

A. Invitar a los Gobiernos de los Estados miembros a velar para que las leyes garanticen la organización de los medios de comunicación públicos a fin de asegurar la neutralidad de las informaciones, el pluralismo de las opiniones y la igualdad de sexos y velar también para asegurar un derecho de rectificación equivalente a todo ciudadano que efectúa una alegación.

B. Estudiar en colaboración con las organizaciones no gubernamentales, tales como la Federación Internacional de periodistas (FIJ), la posibilidad de establecer en el seno del consejo de Europa un mecanismo de autocontrol de la información concebido como un Ombudsman europeo de la comunicación con la representatividad internacional que ello implica, teniendo en cuenta si es posible los órganos o mecanismos de autocontrol nacionales correspondientes que tengan un funcionamiento y un papel semejantes.

C. Promover la creación de asociaciones de usuarios de los medios de comunicación y animar a las escuelas a desarrollar una enseñanza en relación con la utilización de los medios de comunicación.

D. Adoptar una declaración sobre la ética del periodismo de acuerdo con las líneas directrices de la Resolución precedente y promover la aplicación de estos principios básicos en los estados miembros del Consejo de Europa.