

La revolución tecnológica en los medios de comunicación y los desafíos del derecho y la democracia

*Anibal Sierralta Ríos**

Resumen: El presente artículo aborda el impacto de la transformación tecnológica y los nuevos instrumentos de la teleinformática en los medios de comunicación masiva. La forma como se han estructurado las transnacionales de la media a partir del uso de instrumentos como la web, el software o el *podcasting* y los riesgos que su exceso conlleva respecto de la democracia al imponer sus intereses económicos y culturales por encima del interés del individuo, el interés público, la intimidad y el honor. Todo lo cual plantea nuevos desafíos al derecho y la protección de los derechos del individuo.

Palabras claves: Tecnología. Transnacionales de la media. Libertad de expresión. Regulación. Interés público.

* Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Magíster en Administración. Posgrado en Comercio Internacional. Diplomado en Negociaciones. Doctor en Ciencias Jurídicas. Profesor del Centro de Altos Estudios Nacionales, CAEN, de la Maestría de la Facultad de Derecho de la Pontificia Universidad Católica del Perú, de la Maestría en Economía de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, UNMSM. Presidente del Consejo Consultivo de la Asociación Americana de Profesores de Derecho Internacional Privado. Ha sido consultor de la Organización de los Estados Americanos y Profesor de la Fundação Getúlio Vargas (Rio de Janeiro). Es Presidente del Centro Internacional de Administración y Comercio, árbitro internacional, investigador visitante del Instituto Max Plank (Hamburgo), Notario de Lima. E-mail: anibalsierralta@notariasieralta.com.

1 INTRODUCCIÓN

La palabra escrita, en una revista o un periódico y, más aun, la imagen en la televisión, han adquirido la majestad de dogma: inmovible y verdadero. Un poder que es utilizado por los actores del comercio internacional, sobretodo por las empresas transnacionales y los Estados, para fortalecer sus intereses e impulsar sus operaciones de inversión. Y, en efecto, los medios de comunicación son los formadores de las corrientes de opinión y los que ejercen una gran influencia en la vida de las personas en la toma de decisiones en el mercado, la política nacional y en la cultura de los pueblos.

La prensa – amarilla y seria – son un gran referente, particularmente la radio y la televisión. Esta última, desde fines del decenio de 1960 y concretamente a partir de 1990, es la forma de comunicación masiva con mayor poder en la vida de la sociedad. Tanto que podemos afirmar hay un nuevo sentido de la realidad: la realidad de las imágenes y las noticias en vivo que se presentan como verdad inmovible para millones de personas. Tan semejante poder e influencia impacta en el Derecho y la democracia por lo que es necesario pensar en un estudio sobre su regulación.

Mientras en los últimos veinte años se ha observado una creciente presencia del desarrollo de nuevos medios de comunicación por la tecnología de información (servicios de internet, RRS, pod-casting y similares), estos aun no han desafiado la actual dominación de la televisión, y de hecho no comparten necesariamente las características asociadas con los verdaderos medios de comunicación masivos. La influencia dominante y alcance de la televisión no está claramente amenazada hasta ahora por dicho desarrollo. Efectivamente, parece estar claro que los nuevos medios

de comunicación, por lo menos en el corto y mediano plazo, no reemplazan sino que simplemente suplementan y coexisten con los preexistentes. La lectura de un libro no se reemplazó completamente por escuchar la radio, tanto los libros como la radio no han dejado de existir con la llegada de la televisión, CD-ROMs y la navegación en la red¹.

Para el derecho y la democracia es significativa la forma y la dimensión de los medios de información no solo por su estructura empresaria sino por los diferentes y variados intereses que defiende y las formas en que puede intervenir para imponerlos afectando la cultura de los pueblos así como manipulando la historia.

2 LAS TRANSNACIONALES DE LA MEDIA

Las grandes transnacionales de la media abarcan no solo el campo de la comunicación o de las telecomunicaciones sino que superan los límites de la soberanía de los países. La capacidad ofrecida por la tecnología satelital para transmitir a larga distancia, ya sea intencionalmente o en la forma de suscripción, frecuentemente supera los espacios de cualquier territorio nacional. Esta realidad sugiere inevitablemente la necesidad de intentar su regulación. Particularmente en regiones como la Unión Europea o en América Latina que no poseen los medios de penetración cultural hacia otras realidades. Sin embargo, el paradigma del mercado en el cual vive y se fortalece, precisamente a través de la televisión, unido a la carencia de especialistas, trabajos de investigación y de estudios jusociológicos, muestra un panorama carente de propuestas.

¹ FEINTUCK, M.; VARNEY, M. *Media regulation, public interest and the law*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. p. 2-3.

Las principales transnacionales de la media provienen de la Unión Europea y los Estados Unidos de América, pero también hay conglomerados empresarios latinoamericanos. Todos los cuales tienen las mismas características y propósitos: dominar la información y los mercados donde operan por encima de los intereses públicos y los de la persona humana.

El Grupo Prisa es una transnacional española de la comunicación que controla radios y televisoras en toda la región latinoamericana, con ramificaciones en los Estados Unidos de América. Este conglomerado controla ahora 1,200 emisoras en España, México, Colombia, Costa Rica, Panamá, Argentina, Chile y los Estados Unidos de América.

En Estados Unidos de América diez grupos controlan los diarios nacionales de mayor circulación, como el New York Times, USA Today y el Washington Post, cientos de radioemisoras y las cuatro cadenas de televisión con mayor audiencia en sus programas de noticias como la ABC (American Broadcasting Company, de Walt Disney Company), CBS (Columbia Broadcasting System, de Viacom), NBC (National Broadcasting Company, de General Electric) y Fox Broadcasting Company (de News Corporation).

En Latinoamérica los ejemplos son variados pues van desde inmensos monopolios a representación plural como Bolivia y Ecuador, pasando a otros ejemplos singulares como Venezuela.

En Argentina el Grupo Clarín es un conglomerado de medios que controla los diarios Clarín, Olé y La Razón. En TV abierta: LS 85 Canal 13 y Artear; en TV Cable: Multicanal S.A., Supercanal. En TV Satelital: Directv LA y Canal 12 Satelital Córdova. Agencia: DyN. En radios AM/FM nacionales: LR6 Radio Mitre, Cadena 100 (FM 99.9) y FM GEN. También tiene el control de revistas como: Internet Surf, Elle Argentina y Genios. En el ámbito editorial y de impresiones posee Arte Gráfico Rioplatense, Imprint, Editora

Transandina de Revistas S.A. y Editorial Aguilar. En diarios provinciales: La Voz del Interior (Córdoba) y Canal 7 (Bahía Blanca). En producción para TV deportiva: Tele Red Imagen SA y Televisión Codificada SA. También ha incursionado en la producción de cine con Patagonik Film Group.

Bolivia, es el país con menor estructura monopólica mediática. El periódico El Deber de Santa Cruz, de la familia Rivera, controla la televisión PAT y 9 diarios (La Prensa de La Paz, El Alteño de El Alto, Los Tiempos de Cochabamba, El Nuevo Sur de Tarija, El Correo de Sucre, El Norte de Montero y El Potosí, de Potosí), dos radioemisoras y dos canales de TV más servicios corporativos de impresión y edición. También actúa en este país la transnacional española Prisa, cuya cabecera más destacada es La Razón de La Paz. También controla la Asociación de teledifusoras de Bolivia.

En Brasil, es significativo el Grupo O'Globo, propiedad de la familia Marinho, asociada al magnate mexicano Carlos Slim. Junto a ellos, también se han consolidado en los últimos 20 años poderosas familias en los medios brasileños como los Sirotsky, dueños del grupo RBS, los Civitas, propietarios de Abril, y los Frías, impulsores de Folha. La presencia extranjera, está orientada a controlar Net Serviços, compañía de cable hasta ahora propiedad de O'Globo.

Una situación singular es la de Colombia, en donde el consorcio español Prisa controla Radio Caracol de Colombia que produce y distribuye hasta diez líneas de programación en diferentes formatos.

En Chile el grupo Prisa (español) adquirió el 100% de Iberoamerican Radio de Chile, sumando al control anterior de Pudahuel, FM Dos, FM Corazón, Rock and Pop, FM Hit, FM Futuro, FM Imagina y FM Concierto, y otras 140 emisoras. En tanto, la familia Edwards es dueña de la cadena de diarios El Mercurio. Mientras que Alvaro Saieh Bendeck es el propietario del Consorcio Periodístico de Chile SA (Copesa), partner de la

cadena El Mercurio en el duopolio de empresas que maneja los diarios de circulación nacional.

Ecuador, tiene una distribución más plural de la propiedad de los medios, siendo ocho los grupos empresarios de significación nacional como el Grupo Isafas que posee la Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10 CETV; Compañía Televisión del Pacífico Teledos S.A.; América visión. En cable: Cablevisión S.A.; TV. Cable S.A. Y, en radio: Radio Universal; Radio K 800; Radio Carrousel; Radio Sucre. El Grupo Eljuri es propietario de Televisión Ecuatoriana, Telerama S.A.; Orovisión Televisión codificada; Cosmovisión S.A.; Telesat S.A.; V. Max S.A. Tivimaxsa; Empresa de Televisión Satelcom S.A. En tanto el Grupo Vivanco, detenta estaciones de radiodifusión como Planeta FM Stereo, Pichincha, Imbabura, Esmeraldas y Carchi.

En Guatemala, Ángel Remigio González, ciudadano estadounidense, es el propietario de todos los canales de televisión abierta, que se suman a una treintena de estaciones de TV en América Latina. A su vez un pequeño grupo de empresarios se reparte la mayoría de las frecuencias de radio.

Honduras posee la televisión y la radio controlada por José Rafael Ferrari, también Presidente de la Fundación Teletón.

En México, el Grupo Prisa a través de Radiópolis, controla el 50% de Televisa y de varios programas de radio que distribuye por diferentes cadenas en América Latina.

En Paraguay crece vertiginosamente el control de la prensa escrita en manos de un solo empresario: Antonio J. Vierci, cuyos activos aparecen entre las diez fortunas más grandes de Paraguay, varias emisoras de radio y el Canal 4 Telefuturo, Canal 13 con sus repetidoras y Radio Cardinal. Canal 9 con sus repetidoras y la Megacadena. Multimedia: Popular, Tevedos y Radio UNO, ABC Color y Vanguardia (diario que se edita en Ciudad del Este) Tripli Frontera, con un aura no siempre honrosa.

La empresa Editora El Comercio S.A. es el conglomerado de medios más importante del Perú pues maneja cinco diarios y dos estaciones de televisión; habiendo culminado recientemente un acuerdo para adquirir la mayoría de las acciones (51%) de Interlatin Corp., titular del segundo portal de noticias mas visitado del país, a través de Orbis Ventures S.A.C., que opera y gestiona las versiones electrónicas de sus diarios.

En Venezuela existe un duopolio de los diarios El Nacional y El Universal. En tanto que la televisión está controlada por Gustavo Cisneros Rendiles, quien opera en 39 países con 70 compañías de radiodifusión, televisión, tecnología, telecomunicaciones y artículos de consumo.

Este escenario nos muestra un vasto proceso de homogenización comunicativa estructurada por una red de oligopolios nacionales vinculados económica e ideológicamente a las transnacionales de la media. Como nunca antes, y al compás de la propia crisis del capitalismo, este proceso se cumple con una estrategia nítida de los grupos dominantes, que han calibrado el peso de los medios de comunicación en este momento del desarrollo tecnológico convirtiéndose en el vínculo comunicativo e ideológico de dichos grupos sin que por otro lado exista una respuesta del ciudadano o individuo².

3 EL IMPACTO POLÍTICO Y CULTURAL DE LA MEDIA

El sorprendente desarrollo de las tecnologías informáticas y los medios de información han propiciado una revolución que

² Cf. LEVANO, C. *Últimas noticias del periodismo peruano*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2011. p. 53.

afecta diariamente la cultura de la sociedad y como consecuencia de ello al derecho y a la democracia.

Esta evolución tiene un propósito mercantilista y penetra en todas las esferas de la vida pública ya que la información masiva controlada por las transnacionales de la media afecta la conciencia popular y el sentido real de democracia.

Las amenazas a los medios de comunicación y a la libertad de expresión, señala César Hildebrandt, son: la internalización de la prensa, el afán concentracionista de los medios, el poder económico que se inmiscuye en su orientación, la imposición ideológica y la estandarización temática³. De todos ellos podemos concluir que son dos los principales problemas que se deben abordar, desde la perspectiva de su impacto en la democracia y el derecho: el protagonismo de los medios tecnológicos que permiten una prensa individual y hasta corsaria; y hasta la concentración oligopólica y monopólica de los medios que tiene, por supuesto, un poder económico y una agenda común.

Tal realidad reviste a la media de un poder sorprendente y omnipresente que no tiene límites pues trasciende fronteras y se superpone al de los propios Estados y por supuesto al individuo.

Una distinción fundamental entre la democracia y otros sistemas políticos es la perspectiva y sentido de que en la democracia el poder nunca es ilimitado, pues se espera que aquellos que ejercen el poder político consideren a quienes los eligieron como sus pares y trabajen para lograr el bien común, dando cuenta de sus acciones; además también son pasibles de ser sancionados si su comportamiento excede los límites establecidos por la Constitución.

³ Cf. HILDEBRANDT, C. Los nuevos retos de la prensa internacional. In: LÉVANO, C. *Últimas noticias del periodismo peruano*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2011. p. 142-145.

La división de poderes que diseñó Charles Louis de Secondat Montesquieu⁴, en su obra “El espíritu de las leyes” reparte el poder del Estado en tres grandes estructuras (legislativo, ejecutivo y judicial) a fin que nadie tenga el poder absoluto. Esta fórmula es la base de la estructura del régimen democrático a fin de evitar la acumulación del poder en una sola mano ya que ello lleva al despotismo y en los extremos, la tiranía.

Por ello la casi totalidad de las normas constitucionales y legislaciones limitan y regulan cualquier exceso de poder no sólo político sino económico, como son las reglas de competencia que fustigan el monopolio, el *trust* o el dominio exagerado del mercado. En consecuencia aquellos que ejercen el poder económico privado, como son los inversionistas o propietarios de tecnología, también, deberían tener poderes limitados sobre todo cuando las corporaciones o las empresas transnacionales adquieren poderes equivalentes o similares al Estado.

Los medios de comunicación hoy en día tienen un gran poder que lo ejercen al diseñar y construir la información mostrando una visión del mundo que recorre todos los hogares a través de los sorprendentes mecanismos tecnológicos. Junto a ella la tendencia neoliberal es reducir el poder y margen de actuación del Estado, dejando espacio a todos los demás actores. De tal manera que a medida que declina el poder estatal se diluye el principio de autoridad pública que es suplido por las transnacionales de la media y otros actores.

Es indudable la importancia de los medios de comunicación, como fuente principal de información, en la democracia y en la construcción de la justicia. El sólo hecho que la democracia requiere que los ciudadanos estén bien informados para que puedan

⁴ Cf. MONTESQUIEU, Ch. L. S. *El espíritu de las leyes*. 6. ed. Madrid: Tecnos, 2007.

actuar con pleno conocimiento, es una justificación *prima facie* para su regulación.

Este ordenamiento de los medios, se da en todos los Estados a través de cuatro mecanismos: el control directo del gobierno como en los regímenes comunistas o fascistas; mediante órganos gubernamentales como la Comisión Federal de Comunicaciones (CFC) de los Estados Unidos de América; a través del avisaje o prácticas de *lobby*, o, finalmente; mediante órganos creados por las propias empresas propietarias de los medios de prensa como los Consejos de Ética o los Consejos de Prensa. Todo lo cual indica que es necesario regularlos para que coexistan los diferentes actores y su gestión sea benéfica para la población en general.

El éxito o fracaso de los intentos reguladores pueden evaluarse por el grado como el mecanismo regulador logra sus objetivos o resultados previamente diseñados. Cuando los objetivos no se han establecido claramente, debido a la falta de discusión de los intereses en juego así como al real sentido de la *raison d'être* del régimen regulador, el éxito o fracaso se vuelve difícil de medir.

A causa del rápido cambio tecnológico y estructural de los medios de comunicación a fines del siglo XX, su ordenamiento y legitimidad, han devenido en indispensables. Empero, la apreciación es que los intereses públicos que continúan justificando la regulación se han definido, a menudo, de forma débil y no son siempre reconocidos o protegidos adecuadamente aun bajo los nuevos criterios. Una preocupación importante es por lo tanto desarrollar un marco de trabajo teórico o institucional significativo con respecto a estos valores por la consideración de las políticas efectivas para afirmar y fomentar determinados valores⁵.

⁵ Cf. FEINTUCK; VARNEY, p. 5-6.

Los intentos de regulación conllevan un inmenso desafío y el peligro de ser censurados y vilipendiados apenas son sugeridos. En consecuencia, es bueno indicar hacia adonde se enrumba esta posible regulación; lo cual obliga a analizar cuidadosamente las diferentes opciones y propuestas que se hagan respecto a todos los aspectos de la vida social asequible en términos de valores democráticos y de justicia. Ello demanda un estudio integral e integrador de los aspectos jurídicos, económicos, comerciales, históricos y políticos.

4 LIBERTAD DE EXPRESIÓN

La libertad de expresión es un derecho fundamental incorporado en casi todas las constituciones y consagrada en el art. 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, desde 1948.

La libertad de expresión es el derecho que tiene toda persona y la prensa es el medio para su realización. Empero cualquier persona, es cierto, puede manifestarse libremente, pero sólo podrá ejecutarla o imprimirla si las empresas propietarias de los medios se lo permiten. Así la libertad de prensa o de imprenta constituye el medio más idóneo para el pleno desarrollo de la libertad de expresión⁶. Ello hace necesario establecer un adecuado ordenamiento de los medios para posibilitar el ejercicio de esa libertad.

La libertad de prensa, de expresión, de opinión, de información o comunicación y la resistencia a su regulación constituyen las bases teóricas sobre las que se ha edificado el poder de los medios y también la dinámica principal que determina la relación entre el Estado, el individuo y dichos medios.

⁶ Cf. GANGI, W. *Libertad de prensa y libertad de expresión*. Buenos Aires: Bubok, 2009. p. 30-39.

Al respecto, es posible apreciar varios criterios de la libertad de expresión que va desde la total supresión, hasta la acción ilimitada en nombre de la libertad de empresa, pasando por la prohibición selectiva, la búsqueda de los objetivos educacionales y, finalmente, hasta llegar al liberalismo abierto basado en el libre mercado que condena todo obstáculo a la libertad en todas sus manifestaciones. Sin embargo, estos criterios están lejos de las bases teóricas de la libertad de expresión que caracterizó el pensamiento del siglo XVIII enfocada en defender la libertad frente a la represión histórica del poder absoluto del Estado.

A partir de este referente es que el art. 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, conocida como Pacto de San José de Costa Rica, señala que “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”⁷; sin embargo, el nuevo contexto político, social, económico y tecnológico en el que se desarrollan los medios de comunicación puede, en ausencia de bases filosóficas explícitas, hacer que la invocación de la libertad de expresión, un pensamiento tan cercano al pensamiento liberal del siglo XVIII, sea derribado paradójicamente por los intereses y propósitos de las transnacionales de la comunicación.

La posibilidad de comunicar las creencias, ideas y visiones del mundo es un fundamento democrático. Sin embargo, en todas las democracias se colocan límites a la libertad de comunicación. Aún en los Estados Unidos de América, donde la garantía de la Primera Enmienda, la libertad de prensa, tiene la categoría de decisión suprema, las Cortes han admitido, no

⁷ Cf. CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS (Pacto de San José). San José, Costa Rica, 7 al 22 de noviembre de 1969. Disponible en: <www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

obstante, en circunstancias muy precisas, limitar la publicación de determinados materiales.

La limitación previa – la prevención formal de publicación – parece la más severa de las restricciones a la comunicación. Sin embargo, en Gran Bretaña existe un amplio rango de otras restricciones significativas, que van desde leyes generales contra la obscenidad, blasfemia, difamación e incitación al odio racial, mediante medidas específicas a los medios de comunicación tal como el régimen no estatutario de la censura del cine reforzada por el Directorio Británico de Clasificación de Películas (DBCP), la Ley de Grabaciones de Video 1984 y la interdicción temporal notoria en la transmisión de las voces de los miembros de organizaciones irlandesas proscritas por la Ley de Transmisión de 1990. También, aquellos que trabajan en los medios de comunicación de noticias deben estar pendientes de las leyes de violación a la confidencialidad (Central a la litigación del Spycatcher), desobediencia a la Corte, por supuesto, las Leyes Oficiales Secretas reformadas y aún de amplio rango⁸.

Las tecnicidades legislativas no deben preocupar por el momento y son suficientes para observar que, a pesar de la retórica de la libertad, existe un amplio rango de límites a aquello que puede comunicarse ya sea por los medios o por los individuos de manera particular. Aunque la Declaración Universal de los Derechos Humanos pueda haber cambiado las cosas de alguna manera, no ha invertido completamente cientos de años de historia en que simplemente había libertades residuales, en mérito a que es permitido aquello que no está expresamente prohibido. Podemos observar al respecto la posición de Estados Unidos de

⁸ FEINTUCK; VARNEY, p. 10.

América donde el punto de inicio es la garantía a la libertad de expresión o de la prensa incluido en la Primera Enmienda de la Constitución que se mantuvo sin perturbación ni dudas hasta 1919 en que aparecen los primeros procesos ante la Corte Suprema que levemente permiten ciertas restricciones como fueron los casos *Schenk vs. Estados Unidos*⁹, *Gitlon vs. New York*¹⁰, o *Yates vs. Estados Unidos*¹¹.

La responsabilidad de la media frente a la sociedad ha sido resaltada en una sentencia de la Corte Suprema de Estados Unidos de América en la que el juez Frankfurter señala:

Además de ser una empresa comercial, la prensa tiene una relación con el interés público a diferencia de cualquier otra empresa lucrativa [...] El objetivo de la prensa [...] es la promoción de la verdad relacionada a asuntos públicos estableciendo las bases para su entendimiento¹².

Esa intervención ha sido limitada esencialmente a los asuntos estructurales o económicos mas no al contenido de las emisiones que continúan gozando de la protección de la Primera Enmienda. Incluso la industria pornográfica, históricamente muy

⁹ Cf. UNITED STATES OF AMERICA. Supreme Court of the United States. *Schenk vs. Estados Unidos*, 249 US 47, 1919. *Justia.com*: US Supreme Court Center. Disponible en: <www.infoplease.com/us/supreme.../ar37.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

¹⁰ Cf. STATE OF NEW YORK. Supreme Court of the State of New York. *Gitlow vs. New York*. 268 US, 1925. *Justia.com*: Supreme Court Center. Disponible en: <supreme.justia.com/cases/.../us/268/652/case.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

¹¹ Cf. UNITED STATES OF AMERICA. United States Court of Appeals. Case *Yates vs. Estados Unidos*. 354 US, 1957. *Justia.com*: US Supreme Court Center. Disponible en: <supreme.justia.com/cases/.../us/354/298/case.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

¹² Cf. UNITED STATES OF AMERICA. Supreme Court of the United States. *Associated Press vs. Estados Unidos*. 326 1 US, 1945. Disponible en: <supreme.justia.com/cases/.../us/326/1/case.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

restringida en Gran Bretaña, continua gozando de protección constitucional en los Estados Unidos de América. Por supuesto, dichos cambios relacionados a asuntos tales como el acceso a material de sexualidad explícita ahora deben verse en el contexto de una realidad tecnológica de información internacional que circula sin restricciones.

Igualmente el Pacto de San José de Costa Rica en el mismo art. 13 mencionado establece dos limitaciones: el primero (inc. 4) a los espectáculos públicos protegiendo la moral de la infancia y de la adolescencia; y la seguridad (inc. 5) cuando prohíbe toda propaganda a favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitación a la violencia o cualquier acción ilegal contra un individuo o grupo de personas¹³.

De tal manera que esta importante libertad, como el resto de libertades humanas, tienen ciertas y expresas limitaciones.

Barendt¹⁴ presenta tres criterios que sustentan la libertad de expresión. El primer criterio es el argumento de la verdad, basado en la filosofía utilitaria de John Stuart Mill. De acuerdo con ello la discusión abierta es crucial para el descubrimiento de la verdad y así, si la información y la expresión están restringidas, el descubrimiento y la publicación de hechos verdaderos y los juicios que se emitan serán parciales o limitados. El valor de la verdad es inherente y autónomo, aunque también puede derivar de los argumentos utilitarios con respecto al desarrollo de la sociedad.

En consecuencia es posible discernir una línea utilitaria más avanzada de argumentos subyacentes de la verdad. Es la idea que

¹³Cf. CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS (Pacto de San José). San José, Costa Rica, 7 al 22 de noviembre de 1969. Disponible en: <www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html>. Aceso en: 31 jan. 2011.

¹⁴Cf. BARENDT, E. *Freedom of speech*. Oxford: Clarendon Press, 1985. p. 12 *et seq.*

la defensa de la libertad de expresión como búsqueda de la verdad ayuda a asegurar que ningún conjunto de valores pueda dominar la sociedad.

Empero, la búsqueda de la verdad puede llevar a desviaciones, como es el caso de la exposición de textos o informaciones privadas o reservadas. Lo cual nos lleva a cuestionar si la publicación de cualquier documento, conversación o video, aun verdadero, es una forma legítima de búsqueda de la verdad. Por ejemplo, ¿Sería una expresión de la verdad la publicación y difusión de documentos gubernamentales filtrados, bajo la justificación de que es una contribución al conocimiento de la verdad; o por el contrario deben estar restringidos en nombre de la seguridad nacional o el interés público? Las justificaciones de estas restricciones tienden a colisionar con el amplio concepto del interés público que puede estar reforzado con el argumento de que la libertad de expresión es fundamental para la democracia.

Los argumentos de la verdad pueden construirse sobre la confianza en la eficacia de un mercado competitivo de las ideas y es aparentemente fácil que, como todos los mercados, se pueda regular si se lleva a cabo la comunicación efectiva y por lo tanto dentro de los beneficios del libre mercado. Así, por ejemplo, imaginemos a dos oradores que hablan simultáneamente: será completamente difícil de entenderlos. Ninguno contribuirá a un debate efectivo, claro y significativo para llegar a la verdad. Por lo que se hará necesario que el debate o confrontación sea ordenado por algún organismo o árbitro, a fin de que sea eficiente y beneficioso. De igual manera, si, como ocurre, con frecuencia, un orador trata de imponer sus ideas el mercado del discurso caerá en el monólogo; ocurrirá la captura monopólica u oligopólica; lo cual hará necesario su regulación pues si no se perderán los beneficios de la libre competencia y concurrencia.

El segundo criterio de la libertad de expresión, identificado por Barendt, parece derivar de un enfoque individualista en lugar de uno utilitario: “los argumentos de autocumplimiento”. El criterio es que las restricciones a la expresión inhiben el crecimiento individual ya que las personas no se desarrollarán a menos que tengan libertad de formular sus creencias y actitudes políticas mediante la discusión y la crítica. Esto parece ser una justificación de aplicación más amplia, como lo es el derecho o libertad a la vivienda decente, la salud o a la educación. Una limitación perceptible de esta línea argumentativa es que puede tomar fácilmente la forma de una libertad negativa: “en contra del Estado” en lugar de un reclamo positivo. Entonces, se convierte la libertad en un rehén de la fortuna, siendo muy susceptible a la interpretación judicial, pero dentro de los estándares constitucionales que lo abarcan todo. En el contexto moderno surge la cuestión, a esclarecer, si la libertad de expresión posibilita también la imposición de limitaciones al ejercicio del poder de las transnacionales.

El tercer y último criterio de Barendt se basa en el argumento de la participación ciudadana. Especialmente dentro del contexto de los debates que suscitó la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos de América, según la cual la libertad de expresión permite a los individuos involucrarse en los asuntos políticos, dándoles poder para participar efectivamente como ciudadanos en la defensa de sus derechos, lo que parece representar un aparente modelo individualista. Barendt observa que su firme espíritu utilitario se encuentra alrededor del interés de la mayoría de la sociedad al perseguir esta política. Sin embargo, resalta algunos problemas específicos que pueden surgir dentro del contexto de una representación parlamentaria (en comparación con el individuo) dentro de un sistema democrático, ya que este enfoque permite a los congresistas, elegidos temporalmente, a imponer restricciones al interés público. La única respuesta obvia a

este problema parece ser que ciertos ‘derechos’, tal como la libertad de expresión, son tan importantes que no pueden eliminarse fácilmente por un gobierno que está temporalmente en el poder. Dicha acción restrictiva puede, especialmente dentro del sustento de los términos constitucionales, ser vista como ilegítima y/o ilegal. Las respuestas alternativas a este dilema parecen retroceder frente al argumento individualista de auto-cumplimiento o, posiblemente, es un retorno a los argumentos de la verdad¹⁵.

Ninguno de los tres criterios puede ser admitido plenamente, como las líneas claves de argumentación que sustentan la libertad de expresión o de comunicación. La jurisprudencia en Gran Bretaña y en los Estados Unidos de América a menudo contiene conceptos como ‘ciudadano’ o ‘derechos humanos’ asociados con los argumentos de auto-cumplimiento y participación ciudadana. Si cualquier combinación de los tres criterios es o no aceptado, demuestra la centralidad de la libertad de expresión o información como base de las creencias democráticas, aunque existan disputas sobre su naturaleza precisa y su ámbito.

Finalmente, los tres criterios comparten una creencia subyacente respecto del derecho que tienen los individuos y grupos sociales para acceder a un amplio rango de información (político y cultural), ya sea desde el punto de vista de la sociedad comprobando la verdad, o del auto-cumplimiento individual, o la acción ciudadana al participar efectivamente en la vida comunitaria. Sin embargo, en las sociedades modernas esto debe observarse principalmente como un asunto de masa, en lugar de una comunicación individual, pues la transmisión y recepción de la comunicación, en una época en la cual millones de individuos están intercomunicados a través de una red internacional de computadoras personales, que requieren siempre el acceso a

¹⁵Cf. BARENDT, 1985, p. 20.

los medios de comunicación masivo como el Internet, la hace depender de los proveedores o detentadores de la tecnología de la información.

Frente a los valores de libertad de expresión o comunicación, compiten los de privacidad, el derecho a la intimidad, al honor, a la dignidad de las personas, incluso a la vida sosegada y tranquila. Empero, estos valores se han convertido en mercancía dentro del mercado de las noticias ya que la intimidad se comercializa en las pantallas de televisión y en las páginas de los tabloides del escándalo. Incluso los procesos judiciales son un producto que se vende y comercializa rápidamente para evitar su obsolescencia. La gran prensa quiere resultados inmediatos para terminar la historia y empezar otra nueva. Lo que lleva, con frecuencia a manipular la decisión de los jueces para que actúen no dentro de la tranquilidad y los términos que exige la búsqueda de la verdad sino dentro del lapso que demanda una noticia que se desvanece rápidamente en el tiempo. Todo ello exige analizar la acción de las transnacionales de comunicación que invocando las libertades de expresión y de prensa buscan fortalecer sus fines comerciales, ya que actúan buscando maximizar el suministro de ‘información’ sobre el cual se presupone se articula la demanda. Esta es la manifestación concreta de la falta de coincidencia entre las bases filosóficas de finales del siglo XVIII con el contexto de finales del siglo XX que lo ilustra Hertz como la tesis del capitalismo global basado en el *laissez-faire* económico, la cultura del consumismo, el poder de las finanzas y el libre comercio. Un sistema en el cual las transnacionales son el rey, el estado el sujeto y los ciudadanos los consumidores... un silencioso y nulo resultado del contrato social¹⁶. Ese poder de los nuevos reyes absolutos hace plausible intentar

¹⁶Cf. HERTZ, N. *The silent takeover: global capitalism and the death of democracy*. New York: Simon & Shuster Inc., 2002. p. 5.

regular los límites de la libertad de los medios de comunicación con miras a resguardar el interés público. El único problema es el definir ese interés público.

5 EL INTERÉS PÚBLICO

El rol central de los medios de comunicación gira en torno al concepto de interés público y su responsabilidad como guardián de él. Al respecto, Jürgen Habermas, señala: el interés o el círculo o espacio público como aquella área de la vida social en donde el intercambio de la crítica y visión de posiciones contrapuestas lleva a preocupaciones comunes. Considera que hay dos posturas distintas: la crítica y la opinión mediatizada, manipulativa o representativa que actúan en la realidad. El interés público se configura cuando los ciudadanos, al ejercitar sus derechos de reunión y asociación, se aglutinan como organismos públicos para discutir asuntos de interés nacional. Cada reunión de los individuos constituye una porción de espacio público y cuando este número es más amplio se precisa de medios que los interrelacionen como los periódicos, revistas, radio y televisión. Ya que los trajines de la actual sociedad dificulta la posibilidad de aglutinar físicamente a todos los ciudadanos como en la antigua ágora, los medios de comunicación se han convertido en el eje de las grandes convocatorias pues los une simultáneamente sin que salgan de sus domicilios. El ágora ha sido reemplazada por la reunión virtual dentro de la cual la voz o la imagen del medio influye en la concepción u orienta determinados intereses¹⁷. Sin embargo, el concepto de Habermas del espacio público insiste en la centralidad analítica del discurso razonado y crítico. El círculo

¹⁷CF. HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili, 1990. cap. 11, p. 60 *et seq.*

público existe, en resumidas palabras, en el razonamiento activo de las personas. Es por medio de dicho discurso que se genera la opinión pública, lo que lleva a formar las políticas del Estado y el desarrollo de la sociedad como un todo.

Tehranián¹⁸ indica que ‘las políticas públicas se encuentran en el proceso de la comunicación pública y que las instituciones democráticas lo incrementan’. Es claro que los medios de comunicación pueden facilitar el logro de la verdad, el auto cumplimiento, la participación ciudadana y poseen el potencial de promover la iniciativa de un discurso racional identificado en el círculo público de Habermas. Sin embargo, las actividades de los medios de comunicación también pueden verse, de una manera menos benévola, como expositores de agendas políticas particulares manipulando el material informativo para sus fines comerciales y/o políticos. Sobre todo, cuando a partir del último decenio del siglo XX los sondeos de opinión pública se han aliado con los medios para convertirse en nuevas expresiones del interés público y lo que es más grave en pretender ser la expresión de la voluntad popular. Es evidente el poder que los medios de comunicación ejercen en una sociedad en donde los individuos se comunican personalmente con sólo una pequeña proporción de sus conciudadanos y, si este poder no se regula con los mecanismos responsables adecuados, podría afectar las expectativas constitucionales fundamentales. Si bien los medios de comunicación pueden estar regulados por la Constitución ello no hace desaparecer la sospecha de que su poder e influencia afecta significativamente el destino de las personas y la democracia.

De la misma manera que en los mercados existe el riesgo de que uno o más actores lo dominen plenamente, los medios

¹⁸Cf. TEHRANIAN, M. Global Communication and its critics. *Journal of Communication*, Malden, v. 45, n. 2, p. 185-193, jun. 1995.

de comunicación parecen mostrar una predisposición peculiar hacia el monopolio u oligopolio. Basta revisar, cómo están estructurándose y creciendo las transnacionales de la media en el mundo y particularmente en América Latina. De tal manera que para continuar reclamando legítimamente el poder asociado con la libertad de expresión y la dominación de sus canales, deben contribuir a que los ciudadanos adquieran un rango de ‘información’ política y cultural, desde la cual puedan comprometerse, individualmente o colectivamente, en un proceso que les permita una información veraz y clara del mundo. En este sentido, son un recurso público. Si lo imperativo comercial orienta a los medios hacia el control monopólico o casi monopólico y trae como consecuencia un rango más restringido de información u opiniones disponibles, en donde el conocimiento es cada vez menos un bien común y por el contrario asume una posición privilegiada, podría concluirse que son contrarios a las expectativas democráticas que tiene como premisa la libertad de expresión¹⁹.

Es entonces incongruente invocar la libertad de expresión y de prensa que hacen los medios de comunicación, ya que sus actividades parecen ser contrarias a la democracia pues hay un incremento geométrico de la posesión de la información en manos de las transnacionales frente a la nula posesión por parte de otros medios privados que solo abrevan o repiten de aquellas. Basta contemplar cómo las grandes cadenas de televisión de los Estados Unidos de América poseen las fuentes de información o las detentan frente a la manera como las televisoras latinoamericanas las repiten luego.

Si bien tradicionalmente la amenaza a la libertad de expresión proviene de un Estado arbitrario, en la era actual ella germina del poder de las propias transnacionales. La lógica institucional

¹⁹CF. FEINTUCK; VARNEY, 2006, p. 16.

de los medios de comunicación masivos, y particularmente la industria de la televisión, no promueve el interés público sino el de sus anunciadores o auspiciadores ya que su fin principal es maximizar las ganancias. Tal como se refleja en la declaración de los medios de comunicación comerciales cuando afirman que no es la promoción de productos a las audiencias su propósito principal, sino la promoción de los anunciantes y la defensa de sus intereses frente a sus mudos espectadores o lectores.

Ese poder se ejercita en los procesos políticos influyendo en la vida de la comunidad y de los Estados, lo cual requiere de una cierta regulación para asegurar que se ejecute dentro de los principios democráticos, defendiendo al ciudadano y el interés público en lugar de preterirlos. La tensión entre las aspiraciones del interés público y el interés comercial de los medios ha llegado a convertirse en el centro vital de discusión en los últimos años.

Si admitimos que los medios son actores principales en el mercado internacional también tenemos que reconocer que desempeñan un rol y asumen por ello la condición de un poder real. En tal razón los medios de comunicación juegan un papel destacado en la política actuando como un contrabalance entre el Estado o el gobierno, el ciudadano individual y los grupos sociales intermedios entre el país y las potencias externas. Esta función depende del grado de pluralidad que ellos admitan en su programación y, en cuanto a la propiedad se relaciona con el contenido del editorial, según la diversidad de propietarios y los intereses y propósitos que defienden cada paquete accionario.

Cuando todos los medios de comunicación se encuentran bajo el control de un solo inversionista o pequeño grupo empresario que simpatiza con el gobierno de turno, o pertenece únicamente al Estado, su efectividad como mecanismo de contrabalance es muy discutible. Así ocurrió en la Alemania Nazi o la estalinista Unión Soviética en donde los medios de comunicación controlados por

el Estado fueron un brazo del gobierno en lugar de un mecanismo de equilibrio, actuando a favor del partido único y totalitario de lo antidemocrático en lugar de promover los objetivos ciudadanos de libre escrutinio y responsabilidad. Y así ocurre cuando el sector privado desplaza a la intervención estatal, asumiendo la conducción de una sola línea de pensamiento o la defensa de los intereses de un grupo económico-político. Ello empuja cada vez más al convencimiento y la necesidad de su regulación.

La relación de los medios de comunicación con la democracia es obviamente problemático. La tesis de Robert McChesney en su obra “Rich Media, Poor Democracy” demuestra cómo, en el contexto de un mercado altamente concentrado de los medios de comunicación como es los Estados Unidos de América, el contexto económico en el que operan los obliga a defender y reflejar principalmente los intereses corporativos de los oligopolios, desestabilizando los valores democráticos. Así, a partir del mito del libre mercado buscan consolidar su poder controlando todos los sistemas mediáticos así como reinterpretando falsamente la historia o manteniendo el *statuo quo* en la esfera de las tecnologías de comunicación. Igualmente reconoce la penetración de los medios en todas las esferas de la vida ciudadana con un sentido meramente comercial, convirtiéndose en la fuente de grandes lucros y en instrumento efectivo del control de la conciencia de masas²⁰.

Los medios de comunicación impactan o interfieren en la vida política de los ciudadanos de tres maneras: en el periodo de elecciones proponiendo una figura política; estableciendo y defendiendo los intereses de grupos de poder; y, finalmente, como una fuente del conocimiento única que impulsa una determinada acción cívica. Un ejemplo fue la campaña eleccionaria presidencial

²⁰Cf. McCHESNEY, R. W. *Rich media, poor democracy*. Illinois: Board of Trustees, University of Illinois, 1999. p. 200 *et seq.*

en el Perú, durante el año 2006 en que toda la prensa escrita y televisiva unánimemente atacó al candidato Ollanta Humala que ganó en la primera vuelta, pero que quedó sin reservas para la segunda en que perdió frente al reelecto candidato, Alan García, cuyo primer gobierno había sumido al país en la más profunda crisis económica de su historia y con una seria imagen de corrupción. Eso mismo se repitió en el verano y el otoño del 2011 y contra la misma víctima política y aunque el candidato denostado venció, no por ello dejó de ser un caso de abuso y prepotencia mediática. Otro ejemplo es la reforma de la ley de vivienda en Gran Bretaña después de la protesta que se generó por la película *Cathy Come Home* (Cathy llega a casa) de Ken Loach en 1966 que es una muestra del poder de los medios de comunicación para influenciar en las reformas sociales.

En las sociedades actuales la creencia de que compartimos expectativas, suposiciones, valores y, más ampliamente, ‘una visión única del mundo’, es el resultado de la industria de tiempo libre que traslapa el sentido de los medios de comunicación. En la medida que son actividades comerciales, las artes visuales junto con la industria del ocio, como los deportes y apuestas (bingo, loterías, tiendas de apuestas y casinos), forman parte de la industria del entretenimiento, que, aunque estén vinculados, no pueden considerarse, parte de los objetivos sociales de los medios de comunicación masivos. Sin embargo, el área de traslape es grande, ya que involucra los programas de radio y televisión, el mercado de cine y video, la industria de la música grabada y toda el área de los audiovisuales.

Ya sea si se ve como una fuerza hacia la solidaridad social, como causa de la atomización de la sociedad, o como el ‘opio de los pueblos’, debido al uso de las tecnologías de información, es justo concluir que los medios de comunicación masiva, especialmente la televisión, ha proporcionado, por más de cuarenta años, muchas

de las experiencias que el mundo ha compartido, como la pasión y la angustia en los deportes, el drama recurrente de los futbolistas en el gramado. Los cientos de nacimientos, casamientos y muertes y las novelas favoritas. Hemos compartido crímenes ficticios y recreados, desastres naturales y hechos por el hombre, peleas y batallas perdidas y ganadas. Algunas veces hemos llorado y reído juntos a miles y millones de personas en eventos que se difunden a través de nuestras pantallas y en las radios. Aunque estemos solos o en familia o dentro de un círculo social, formaron el punto focal de muchas de nuestras interacciones durante días y semanas. Nunca la historia ha estado tan visualmente expresada que en estos tres últimos decenios.

La televisión gratuita, puede decirse que provee ‘una cohesión cultural de la nación’. La amenaza de la penetración cultural a escala global, facilitada por los medios de comunicación de idioma inglés, llega a ser ostensible. Pero, cualquiera que sean los mensajes transmitidos por los medios, independientemente de que los individuos, grupos o naciones los entienden y tengan el efecto que se desea de ellos, es la radiodifusión comercial la que produce ganancias por la publicidad y es indicativa del poder que tiene en la mira de aquellos que poseen productos para vender.

También es importante observar, con relación a una expectativa de igualdad ciudadana, cómo los diferentes grupos sociales son más o menos influenciados por los medios de comunicación masivos; y, más o menos, se encuentran disponibles para transmitir sus opiniones usando diferentes recursos.

En muchos países, las personas ricas y sofisticadas son a menudo, respecto del uso de los medios de comunicación masivos, paradójicamente pobres ya que no ven mucha televisión. En tanto que los pobres, y ciertamente los menos educados, son en cambio, ricos en el uso de los medios de comunicación masivos ya que generalmente ven mucha televisión. Así, contrariamente

– un problema en el centro de nuestras sociedades modernas – las personas que ven demasiada televisión tienden a tener una información pobre y las personas que no ven televisión son a menudo ricas en información²¹.

Es evidente que el poder existe y, también, que en todas las sociedades la propiedad de los medios de comunicación y sus propósitos son temas políticos. En consecuencia, debemos esperar que el Estado y los gobiernos tengan un interés activo respecto de la actuación de los medios y particularmente, respecto de su poder en la sociedad en su conjunto. Su conceptualización al llamarlos ‘el cuarto poder’ es una simplificación.

A través de un relato histórico del desarrollo de los intentos del Estado para aligerar el poder e influencia del cine y la prensa popular, Eldridge²² concluye que en el siglo XX ‘el control del mercado y del sistema de información llegaron a ser el tema principal de la estrategia de los gobiernos para manejar los medios de comunicación’. Aunque el acceso y el control de la información debe ser una parte importante, cuando se analiza la regulación de los medios, es igualmente conveniente entender el contexto particular en el que dicho debate se realiza. En la era actual, la globalización de los intereses de las transnacionales de la información, se alia con el cambio tecnológico para formar lo que es, por lo menos, un entorno exigente en el que se desarrolla e implementa su política y los intereses empresarios. Para el propósito es aconsejable cuadrar las tendencias e intereses transnacionales y el dominio de la ideología centrada en el libre mercado, dentro de la política moderna, con un conjunto de otros valores como la tradición y la cultura de cada nación.

²¹Cf. McCHESNEY, 1999, p. 270 *et seq.*

²²ELDRIDGE, J. *The mass media and power in modern Britain*. Oxford: Oxford University Press, 1997. p. 23.

6 LA TECNOLOGÍA, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SU MANIPULACIÓN

Es evidente, hoy en día, la dominación que ejercen los gigantes transnacionales sobre los medios de comunicación nacionales. En Italia, Silvio Berlusconi asumió el poder político para dominar el sector de la televisión comercial, y efectivamente retó la primacía que tenía la RAI, Radio Televisión Italiana. En Gran Bretaña, Rupert Murdoch se abrió paso e impulsó su dominio en la radiodifusión satelital mientras que simultáneamente levantaba un *holding* aproximado a un tercio del mercado inglés de periódicos. En América Latina, estructuras monopólicas que agrupan periódicos, radios y revistas son ostensibles y tienen una orientación ideológica que influencia en la ciudadanía.

Aunque el intento regulador es mucho más grande que el más poderoso magnate de los medios de comunicación, también hay que reconocer que cualquier poderoso grupo que es amenazado por un intento regulador pronto es reemplazado por otro, u otros, ejerciendo la misma agenda y representando los mismos intereses.

En Estados Unidos de América, el mercado de los medios de comunicación (televisión, cine, periódicos y revistas) está en manos de un pequeño número de gigantes corporativos, significando un reto para cualquier intento de ordenación.

Si bien la regulación de la propiedad de los medios se ha dado tradicionalmente a un nivel nacional, el mercado se ha tornado cada vez más amplio, principalmente, en cuanto a la transmisión transfronteriza de los diferentes productos y respecto de los patrones de propiedad.

Al respecto, históricamente, el mecanismo regulador más efectivo ha sido la revocación de la licencia, posteriormente otros mecanismos derivados del desarrollo tecnológico, relacionados

con la aparición de cada vez más transnacionales en los mercados de comunicación masiva.

En una primera época, sólo las agencias de noticias operaban internacionalmente, mientras que actualmente los estilos de Fox, CNN y MTV se difunden globalmente, y se forman los imperios como los que opera Murdoch en una escala transcontinental. Tales expresiones son un problema para cualquier intento de regulación, por la significancia limitada de las afiliaciones nacionales frente a las transnacionales globales que abarcan mayores espacios con distintos idiomas. Pero, también, son una amenaza para los valores como el servicio público, la soberanía y la democracia, ya que la característica principal de los medios globales es su mercantilidad, que se apoya en el volumen de la publicidad, convirtiéndolos en dependientes de las *trading companies* o transnacionales del comercio exterior que contratan el avisaje.

La magnitud de las transnacionales de comunicación se incrementa constantemente por los procesos de integración horizontal (dentro de los sectores individuales de los medios) e integración vertical (a través de los distintos niveles) que se dan casi diariamente. El resultado de estos procesos hace que aun las grandes empresas americanas como NBC y CBS sean excluidas del mercado por gigantes como Disney y Time Warner, quienes pueden proveer sus filmes a sus propias radiodifusoras y canales de televisión por cable.

La relevancia económica del mercado de los medios de comunicación es cada vez más creciente y representa el 3% al 5 % del PBI en muchos países europeos. En una economía global en aumento, no debe sorprendernos, en tanto, que muchos de los medios de comunicación realmente internacional se encuentren dominados por las transnacionales de los Estados Unidos de América.

Cuando los beneficios económicos tientan a los gobiernos, dependientes de las imágenes, a lograr un éxito económico,

permitiendo o fomentando la formación de imperios locales de comunicación masiva que puedan competir a escala global conllevan el riesgo de hacerlos crecer dominando el mercado interno, lo cual representa un desafío para cualquier regulación nacional. Sin embargo, dada su importancia obvia para la vida política, cultural y social nacional, dichos riesgos deben ser enfrentados.

La relación entre los intereses económicos privados y los intereses públicos es preocupación del derecho de la competencia, ya que las empresas de comunicación masiva parecen particularmente proclives a la concentración de la propiedad y el poder que ello suscita. Aunque, fundamentalmente el esfuerzo regulador es la resolución de los conflictos a un nivel nacional, el crecimiento internacional de las transnacionales de la información, combinado con el desarrollo tecnológico y la reducción de muchas de las barreras institucionales y legales tradicionales para realizar transacciones fuera del país, han modificado las reglas de juego, debido a las asimetrías de poder económico que trascienden e impactan en lo político y jurídico.

Efectivamente, hay una reacción de los medios de comunicación global para alejar el enfoque regulatorio de su locación tradicional en un determinado país acercándolo al rol asignado a las organizaciones internacionales. Por otro lado los esfuerzos académicos y gubernamentales destinados a establecer una agenda reguladora ha sido lento y laborioso comparado con el desarrollo tecnológico y empresarial. Debe indicarse en esta fase que, desde una perspectiva democrática, dichos esfuerzos podrían limitarse por el hecho que su enfoque primario se basa, según la economía, en cuanto a la protección de la inversión extranjera directa, IED, en lugar del derecho del ciudadano común. Al contrario de lo que ocurrió a fines del siglo XX en que la atención se centró en cuanto

a la protección de los intereses nacionales ahora ello se ha diluido para alentar, promover y proteger a la IED.

7 DESARROLLO Y CONVERGENCIA TECNOLÓGICA

La estructura empresarial de las transnacionales de la información refleja un movimiento hacia un mercado global, impulsado por el significativo cambio tecnológico que abarca un mayor dominio de los espacios. Ello posibilita el desarrollo de los servicios de teletexto que permite a los periódicos y canales de televisión mantener una presencia significativa en la *web*; la televisión internacional; las compras interactivas y los servicios bancarios, junto con las telecomunicaciones de punto a punto por medio del cable de fibra óptica. Otra manifestación obvia y actual de dicha influencia es la llegada de la televisión digital terrestre.

Los grandes cambios tecnológicos en los medios de comunicación se iniciaron en los años 80 con la introducción del color en la impresión de los periódicos y el empleo del ‘hot-metal’ o producción *linotype* veinte años antes. Pero la gran revolución tecnológica llegó con la radiodifusión satelital. En tanto es probable que sea el cable de fibra óptica el futuro de los medios de comunicación, ya que puede llegar a todos los hogares, pero adicionalmente la conexión a redes de computadoras y servicios interactivos como los servicios financieros, las compras y videos a través de las redes de telecomunicación (teléfono y fax) son una posibilidad inmediata pues se hace por un solo cable. Ello permite el acceso del individuo a cualquier fuente de información, pero también afecta la religión, la historia, la cultura, la percepción del mundo y da origen a una elite nueva especializada en el uso de

una tecnología en particular que asume un rol de liderazgo en el desarrollo de nuevas ideologías e instituciones sociales.

Es difícil predecir con certeza el impacto tecnológico. Podría ser que los ‘medios de comunicación masivos’ sean obsoletos y cada individuo llegue a ser su propio ‘publicista en el hogar’ o su asistente de lectura y ya no necesite del material de circulación masivo pudiendo elegir el acceso a lo que quiere leer o ver. El consumidor final puede establecer su propia agenda u horario en lugar de depender del editor del periódico o el programador de la televisión que le señalan día y tema.

Es posible que las grandes transnacionales de la comunicación masiva se disgreguen en empresas medianas como resultado de la publicación electrónica a través del uso de la llamada ‘super carretera de la información’ y las redes de cables de fibra óptica. Por lo tanto, es factible que Internet y la revolución digital no representen una amenaza inmediata al poder de las transnacionales de comunicación; que es probable se maximicen los lucros del Internet debido a que se pueden comercializar mejor sus productos a través de otros canales más disponibles, demostrando nuevamente su fuerza.

Mientras el acceso a Internet permanezca limitado a una elite en casi todos los países, propiciará la estratificación social. Así, la llamada revolución informática podría simplemente saltarse algunos sectores de la sociedad y llevar a una concentración de la información, dando como resultado un desproporcionado poder a aquellos grupos que ya lo disfrutaban.

Sin considerar el futuro, ciertas consecuencias inmediatas son ya visibles. La digitalización de la radio-televisión significa el fin de la escasez de la frecuencia, que ha sido el mecanismo de regulación de la radiodifusión, más conocido. El potencial de la compresión digital para crear cientos de nuevos canales dentro de

un espectro inicialmente restringido a cinco canales análogos de televisión, adecuadamente separados, evitando la interferencia de canales cruzados, ofrece la capacidad de aumentar ampliamente la selección o ‘wall-to-wall Pop Idol’. Hoy en día es posible que en un espacio pequeño del espectro existan más canales; de tal manera que quien tiene actualmente la concesión de un canal tradicional podría — sí el Estado no lo percibe — hacerse de mayores señales, lo cual los convertiría en más poderosos. Sin embargo, si el acceso a dichas formas es por un precio que el televidente individual debe pagar, éstas no se encontrarán disponibles para cualquiera, sólo lo estarán para quienes puedan pagar. Si estos servicios extras de la televisión no son gratuitos propiciará la formación de jerarquías sociales y desestabilizaran la cohesión cultural. Al mismo tiempo, si la situación no se regula adecuadamente, el rango de los canales, y por lo tanto la elección del contenido, podría controlarse por quienes poseen los mecanismos de concesión. Mientras que en un momento las preocupaciones se relacionaron respecto a la intervención estatal, cada vez lo es más respecto a una intervención directa de los dueños de los medios en el contenido de los programas transmitidos. Un ejemplo, es el caso de Murdoch cuando retiró a la BBC del servicio que proporcionaba a Asia vía el satélite Star y la decisión en el mes de febrero de 1998 para que su empresa editorial Harper Collins retirara la publicación de las memorias de Chris Patten (el último gobernador Británico de Hong Kong) con la finalidad de evitar alguna alienación del gobierno chino y por lo tanto mantener su capacidad de penetrar a este inmenso mercado²³.

Hay una oligarquía planetaria que controla la *mass media* en todas sus formas y esa oligarquía tiene métodos repulsivos como es el caso del mencionado Rupert Murdoch que hace negocios

²³Cf. FEINTUCK; VARNEY, 2006, p. 26-27.

con los gobiernos facilitándoles medios dóciles y sumisos que representan intereses económicos que se imponen por encima del ciudadano²⁴. Todo lo cual nos reitera la necesidad de ordenar las innovaciones tecnológicas de los medios y su poder con el derecho ciudadano y la democracia.

Inicialmente, la atención debería dirigirse hacia el control de la infraestructura de los medios de comunicación, exigiendo, por ejemplo, que los servicios de telefonía se ofrezcan a través de casetas gratuitas. Las nuevas reglas pueden considerar la adopción de mecanismos ya utilizados en otros campos, como en el de las telecomunicaciones, que posibilite la acción de nuevos operadores. Por otro lado la disposición de computadoras conectadas al Internet en las bibliotecas públicas no proveerán los mismos beneficios de los que disfruta quien tiene acceso desde su hogar u oficina. La generalización de dichos beneficios hacia toda la población es un asunto dentro de la potestad de la intervención estatal en los mercados en donde ‘el interés público’ lo exige y una disposición, por parte, de los gobiernos económicamente liberales, para hacer ajustes económicos en búsqueda de una forma de justicia social. Aunque dichas normas podrían ser de interés, su práctica es insuficiente frente a la exigencia de la ciudadanía ya que los servicios básicos en línea no son suficientes para asegurar que la población tenga acceso a un amplio rango de comunicaciones habilitándolas a participar como verdaderos ciudadanos con todos sus derechos.

En cualquier caso, las casetas de telefonía no parece ser lo más satisfactorio. Es altamente dudoso que aquellos que no tienen, por decir, el equipo de recepción satelital vayan a un lugar público para ver televisión, aunque las plazas públicas pueden ser una opción. En la práctica, es necesario imponer los requerimientos

²⁴Cf. HILDEBRANDT, 2011, p. 143.

que deben tener según los que controlan los mecanismos de concesión, exigiendo que suministren los servicios gratuitos en el punto de uso, junto con la suscripción o servicios de **pay-per-view** (pagar por ver). Por otro lado, las televisoras estatales, podrían cuestionar este servicio gratuito requiriendo un subsidio para ayudar a financiar su entrega. Estas y otras opciones se pueden considerar, pero es bueno indicar que el ambiente tecnológico y comercial exige un cambio del enfoque regulador respecto de quienes controlan la concesión de los medios de radiodifusión en lugar del contenido de la programación o la propiedad de las empresas radiodifusoras. Ello es un alejamiento de la corriente regulatoria de la estructura y contenido, hacia la regulación del comportamiento en el mercado de los medios de comunicación. Debe considerarse la relación más generalizada entre los diferentes conceptos de competencia que informan sobre la perspectiva del derecho de competencia, y la visión paradigmáticamente diferente incorporada en ciertas consideraciones del ‘interés público’²⁵.

El cambio de la radiodifusión análoga a digital suscita preguntas que resultan relevantes al igual que los intentos para restringir la estructura monopólica del control de las entradas tecnológicas en la infraestructura de distribución. Algunas respuestas las ha dado la Unión Europea. Sin embargo, es posible que dichos intentos para limitar tan gran poder tengan efectividad a menos que sean parte de una política extensa y coherente de la regulación de los medios de comunicación como un todo. El ordenamiento del mercado será ineficaz salvo que el mercado de los medios como un todo se regule.

El espectro de la radio, vía por la cual las transmisiones convencionales se han encaminado, es en efecto un ‘recurso natural público’, y ciertamente, en una era de comunicaciones masivas,

²⁵FEINTUCK; VARNEY, 2006, p. 28.

ello incluye el significado que tienen los medios de transmisión para satisfacer el interés público. Al punto que, aún en un mercado liberal como los Estados Unidos de América, el Estado ha trabajado para regular las radiodifusiones. Sin embargo, hasta la fecha ello no ha ocurrido, especialmente en el Internet, respecto del interés ciudadano, pues se le ha dejado bajo el impulso de sus operadores comerciales y las fuerzas del mercado.

El desarrollo de los medios de comunicación requiere de una respuesta original del Estado que proteja la propiedad privada de los principales actores corporativos de los medios de comunicación. Aunque es posible clasificar la regulación como una restricción al ejercicio de los derechos de propiedad privada, podría ser que esta situación requiera un examen ingenioso y nuevo como es la propia tecnología informática, respecto de las estructuras de propiedad con la finalidad de asegurar la libertad de las comunicaciones para todos en el futuro. El acceso a la propiedad, particularmente el acceso a los sistemas, tendría que reexaminarse en mérito a la libertad de las comunicaciones. Este hecho ha sido enfrentado dentro del nuevo marco regulador de la Unión Europea, en donde la ‘doctrina de las capacidades esenciales’ se emplea con la finalidad de asegurar que las radiodifusoras puedan tener acceso a las redes según los términos que se estimen como ‘justas, razonables y no discriminatorias’²⁶.

Es posible argumentar que mientras estas medidas pueden tener un grado de impacto, sea necesario tomar acciones para asegurar la función competitiva del mercado. El esfuerzo por mantenerlas no es suficiente. Entonces, es necesario replantear la visión de la responsabilidad social de la propiedad privada de los medios de comunicación digitales con la finalidad de asegurar

²⁶FEINTUCK; VARNEY, 2006, p. 29.

que los ciudadanos sientan los beneficios reales que ofrece el vasto incremento de la capacidad de radiodifusión debido a los avances tecnológicos recientes. Una forma de conceptualizar, este cambio posible, podría ser por medio de un equipo de ‘stewardship (gerencia)’, un concepto de nueva gestión que propone Mike Feintuck & Mike Varney.

Es imposible predecir con certeza el alcance de la nueva infraestructura informática. Pero, indudablemente, es una parte esencial de la democracia, que exige el mayor análisis, ya que la afecta para bien o para mal según el interés y acción de sus propietarios. Los partidarios de la regulación buscan tener el poder para restringir la utilización de este medio como un bien comercial cuando infrinja su función democrática. El problema se presenta cuando la acción reguladora se retrasa haciendo difícil llegar a legalizar la intervención estatal y limitar los derechos de propiedad privada de las corporaciones controladoras. Un problema futuro de la regulación es la ruptura del sector convencional que existe entre la radiodifusión tradicional hacia una audiencia masiva y la comunicación individual de punto a punto, con una ‘transmisión cercana’ que forma actualmente un medio híbrido de comunicaciones. Considerando la naturaleza internacional de los medios modernos de comunicación, tales temas parecen reafirmar la necesidad de una apreciación mesurada y prudente de la intervención estatal.

Lo que es fundamental es admitir que hoy en día los medios de comunicación deben articularse teniendo en cuenta el interés privado y la libre competencia frente al interés público. Parte de este proceso debe incluir el reconocimiento del espacio público y la re-legitimación de la intervención estatal en el ámbito de la vida democrática. Hoy podemos admitir y reconocer que hay un “capitalismo tecnocrático” surgido de la confianza errónea en los poderes terapéuticos del conocimiento tecnológico incontrolado.

La creencia de que el libre accionar de las tecnologías trae una acción benéfica para el mercado y la democracia lo cual no deja de ser una percepción errónea ya que el dominio tecnológico se impondrá siempre sobre los carentes ya que su alta sofisticación hace que esté siempre en manos de quien detenta la dominación tecnológica y económica.

8 LA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA Y EL DERECHO

Cualquier regulación del uso de la tecnología y los medios de comunicación exige una red de normas jurídicas que involucran mecanismos destinados a solucionar disputas y decisiones desafiantes; prescribir e imponer sanciones. Aquí es donde el derecho es requerido para conciliar la realidad vigente con el interés individual, la democracia y la protección del inversor. Esta invocación a la ciencia jurídica tiene varias respuestas según los diferentes sistemas jurídicos. Así en el sistema latino oscila entre el Derecho Administrativo y el Derecho de la Competencia, el Derecho Constitucional y el Civil; en el sistema anglosajón o del *common law* dentro de lo que se conoce como el Derecho de la Competencia y el Derecho Constitucional. Sin embargo, en los dos sistemas jurídicos son similares las respuestas pues se orientan en cuanto a la estructura institucional y las consecuencias de la regulación propuesta en lugar de proveer una consideración especial respecto del esfuerzo regulador.

La doctrina constitucional es, paradójicamente, menos permeable a la regulación, al contrario de la doctrina civilista proclive a admitirla, para prevenir mayores daños a ciertos derechos, como la protección a la infancia, el honor y la privacidad de las personas.

Lo importante de este ejercicio académico es abordar la categoría juseconómica de la intervención estatal. Lo cual demanda

un esfuerzo significativo integral del especialista tecnológico, cientista político, economista, sociólogo, jurista y muchos otros, debido a la tradición dominante del derecho de catalogar o realizar una cronología de las regulaciones en ausencia de cualquier análisis contextual o conceptual. Empero, puede intentarse una visión más amplia del derecho, sobre todo del derecho público.

Si bien éste tiene un interés en la norma administrativa y práctica aplicable a un área como la regulación de los medios, también se articula dentro de un contexto constitucional y examina su legitimidad y racionalidad. Ello demanda no sólo el examen de las regulaciones técnicas, sino también su relación con los valores constitucionales y democráticos fundamentales. Un análisis del derecho público sobre las instituciones reguladoras de los medios de comunicación ofrece pautas convenientes para la sociedad.

En el marco de la democracia el concepto de ciudadanía, ocupa un lugar transcendente que implica la participación efectiva del individuo en la sociedad. Esa participación depende en mucho del libre acceso a los medios pues es la fuente de las informaciones políticas y culturales para la generación de las decisiones que atañen a la vida en sociedad como en cuanto al acceso que se tiene para expresar una inquietud, anhelo o una protesta. El enfoque predominantemente es el libre acceso de la ciudadanía a los medios de comunicación bajo los términos de obtener un rango diverso y variado de informaciones, la calidad del proceso y la forma en que se emiten. La igualdad de acceso, como un aspecto de la igualdad ciudadana, debe considerarse como un objetivo cuando se examina y propone cualquier mecanismo regulador.

Ante la ausencia de claridad, respecto a las particularidades y objetivos de la regulación, es improbable que las políticas, mecanismos y sus resultados puedan analizarse significativamente. Por lo tanto tal vez sería conveniente en este nivel del análisis

agotar la discusión de su necesidad para luego hurgar en las formas, justificaciones, principios y metas de su ordenamiento.

El derecho provee estándares respecto del comportamiento de las autoridades regulatorias y de quienes son regulados, y puede mensurarse, aunque sería tonto creer que el derecho por sí solo es suficiente: lo jurídico es importante pero es sólo un aspecto. Si bien la norma puede cambiarse, los gobiernos se preocupan no sólo por la legalidad, sino también por la legitimidad. Generalmente permanecerán dentro de los marcos establecidos por la ley, pero buscarán también captar la aceptación cada vez mayor de los ciudadanos frente a sus acciones. Desearán verse y permanecer dentro de los bordes de legitimidad como legalidad, y el primero es a menudo mucho más alejado que el segundo. Con frecuencia cualquier Constitución democrática no es clara sobre lo que constituye una acción legítima, por lo cual habría que acudir a los principios fundamentales de la democracia y a menudo a nociones aún imprecisas como la regulación para determinar la legitimidad. Así, se debe tener presente el detalle de la ley y el marco de trabajo de la moralidad institucional dentro del cual se opera.

La discusión de la regulación de los medios de comunicación necesariamente incluye la consideración de aspectos sobre poderes y funciones de los operadores, usuarios, ciudadanos y los organismos gubernamentales.

Así, una parte del poder regulador lo tienen los Ministerios de Comunicaciones o de Cultura, los institutos de radio y televisión, los gremios de radiodifusión, televisión y la prensa escrita, así como las agencias de publicidad con respecto a si los medios de comunicación tienen una naturaleza acorde con el libre acceso de los ciudadanos, el respeto a su privacidad y honor. El consuno de estos diferentes organismos e instituciones privadas puede ofrecer criterios regulatorios estatales, gremiales o mixtos. Junto a ellos

también se deben mencionar las comisiones o tribunales de ética constituidos por los empresarios de dichos medios o los consejos de prensa que intentan autorregularse. Igualmente, la influencia ejercida por la administración pública o las universidades que alcanzan caracteres de recomendaciones o normas. Todo ello son preocupaciones del Derecho y la Economía.

9 LA REGULACIÓN Y LA CONSTITUCIÓN

El debate sobre el significado de la regulación se inicia en 1885 con los trabajos de Albert Venn Dicey²⁷ bajo el contexto de unas tradiciones sociales, económicas y gubernamentales diferentes a las que predominan en los albores de este siglo y sin el escenario tecnológico de estos días. Ahora, se intenta aclarar su significado a través de las explicaciones de la doctrina, la jurisprudencia, y aunque hay un significado contemporáneo con las cualidades de un ‘principio de moralidad institucional’ en lugar de una simple legalidad, el concepto continua careciendo de falta de claridad y uso específico.

Es posible apreciar cualquier Constitución democrática, respecto a la cuestión de la comunicación e información ciudadana, desde tres ángulos: primero, y el más obvio, puede verse como un mapa del poder, pues permite identificar las diferentes estructuras del Estado. En este sentido, la Constitución cumple una función descriptiva. Pero también hay un segundo ángulo: la parte normativa, ya que además de identificar los diferentes poderes, establece los límites al ejercicio de cada uno de ellos especificando los asuntos que el ejecutivo y el legislativo deben cumplir. También indica los procedimientos que se deben tener en cuenta para la revisión de la

²⁷Cf. DICEY, A. V. *Introduction to the study of the law of the constitution*. reimpr. Londres: Elibron Classics, 2000.

propia Constitución o para la modificación de las leyes. Además de su parte descriptiva y normativa, las constituciones contienen material que no es completamente descriptivo o normativo, es el tercer ángulo de apreciación constitucional que puede verse como generador de valores, tales como los valores familiares, comunales y democráticos, ya que a partir de la tradición y la interpretación jurisprudencial se precisa el marco valorativo que en líneas generales orienta un tipo de sociedad.

El alma de la Constitución de cualquier Estado está conformada por su tradición e historia, que se va encadenando a través del tiempo manteniendo ciertas reglas. Si bien es probable que pueda cambiar dramáticamente después de una conmoción o crisis como una revolución, guerra civil, ocupación de una potencia extranjera o la obtención de la independencia de un poder colonial, el nuevo sentido de estructura política se consolida por ciertas constantes y prácticas de convivencia y respeto. Son los valores nacionales.

Uno de los cambios es el inmenso y creciente desarrollo tecnológico que ha revolucionado la vida de la sociedad y del hombre, alterando el sentido de la cultura, la percepción de la vida y el tiempo, haciendo que las personas no tengan la delicia de la espera o el logro de lo planeado ya que muchos bienes y servicios se adquieren en tiempo real. Incluso el sentido del ahorro ha desaparecido con la concesión de los créditos inmediatos o las tarjetas de créditos para adquirir bienes que han proliferado con el desarrollo de los centros comerciales. La ciencia y la tecnología han impactado en la vida social, incluso en el Derecho y la Economía, ya que ha hecho desaparecer el sentido del ahorro y debilitado el valor de la persistencia o la espera, dando paso a la importancia del placer inmediato.

Es necesario, entonces, ver los aspectos aparentemente cerrados de la regulación de los medios de comunicación dentro

del contexto constitucional, doctrinario, jurisprudencial, así como de la circunstancia histórica, que se está viviendo. Al efecto, puede servir de ayuda el derecho comparado especialmente para considerar los diferentes antecedentes y tradiciones constitucionales de la actividad reguladora de los medios. Una referencia es el art. 61 de la Constitución Política del Perú²⁸ que establece una restricción. Dice:

Art. 61. la prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares.

Otra fuente es la jurisprudencia internacional, como el célebre caso *Roth vs. United States*²⁹, respecto a una censura previa sobre una cuestión de obscenidad, así como el caso de *Verbitsky*³⁰ (Corte Suprema de Argentina, fallo 312: 933, 1987) sobre la censura previa a un aviso pagado que se iba a publicar en varios periódicos y que manifestaba la solidaridad y reconocimiento al ex – Presidente Jorge R. Videla por la represión que hizo durante su

²⁸Cf. PERÚ. Constitución (1993). *Constitución Política del Perú*, 1993. Disponible en: <pdba.georgetown.edu/Constitutions/Peru/peru.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

²⁹Cf. UNITED STATES OF AMERICA. Supreme Court of the United States. *Roth vs. United States*, julg. 24 jun. 1957, *United States Reports*, v. 354, p. 476. Disponible en: <<https://supreme.justia.com/cases/federal/us/354/476/case.html>>. Acceso en: 3 mar. 2011.

³⁰Cf. ARGENTINA. Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina. Caso Horacio Verbitsky y Otros: denuncia apología del crimen. Case 312: 933, 1987, julg. 13 jun. 1989; *Fallos de la Corte Suprema*, v. 51, n. 22, p. 916. Disponible en: <<http://www.csjn.gov.ar/jurisp/jsp/fallos.do?usecase=mostrarHjFallos&fallId=60800>>. Acceso en: 3 mar. 2011.

gobierno (1976 – 1979). Dicha resolución reconocía la prohibición constitucional de la censura previa pero admitía excepciones en casos de extraordinaria importancia.

Tanto el derecho comparado, la doctrina como los precedentes pueden coincidir para morigerar el impacto tecnológico en el incipiente edificio democrático que los países latinoamericanos están construyendo, amparando a la población decente y honesta que queda desprotegida frente al poder de las transnacionales de la media que, en algunos casos, pueden hasta estar vinculadas con los grandes poderes económicos por encima de los derechos individuales.

Es oportuno reconocer que la cuestión de la regulación tiende a complicarse cuando además de pretender armonizarla con los diferentes mecanismos tecnológicos de la media tenemos que hacerlo dentro de los principios constitucionales y los valores y tradiciones de una determinada realidad nacional que se ve afectada por la acción transfronteriza de las transnacionales de la media.

Sin embargo, dentro del rango legislativo ya es admitida, sin restricciones, determinadas regulaciones como el horario de protección al menor, la prohibición de mostrar rostros y nombres de menores afectados por acciones delictivas o en procesos civiles que puedan perturbar su honor y privacidad. Lo que nos muestra que quedaría un área por ser regulada como es el acceso de las opiniones de los grupos políticos, el uso de espacios publicitarios de los diferentes grupos sociales intermedios, así como la orientación de la publicidad gubernamental en los canales y radios nacionales.

10 CONCLUSIONES

10.1 Las grandes transnacionales de la media operan no solo en el campo de la comunicación o de las telecomunicaciones sino que superan los límites de la soberanía nacional.

10.2 El desarrollo tecnológico ha posibilitado la homogenización comunicativa estructurada por una red internacional de oligopolios vinculados económica e ideológicamente que actúan dentro de una estrategia de los grupos dominantes por encima de los derechos del ciudadano.

10.3 Las libertades de comunicación y expresión se ven afectadas por la concentración de los medios ya que su gran poder impone sus intereses afectando la democracia y el derecho ciudadano.

10.4 Los medios de comunicación tienen un poder que lo ejercen al diseñar y construir la información mostrando una visión del mundo que recorre todos los hogares a través de los mecanismos tecnológicos. Junto a ella la tendencia neoliberal es reducir el poder y margen de actuación del Estado. De tal manera que a medida que declina el poder estatal se diluye el principio de autoridad pública que es suplido por las transnacionales de la media y otros actores.

10.5 El sustento de la democracia desde la división de poderes del Estado es que nadie tenga el poder absoluto ya que ello lleva al despotismo y a la tiranía.

Por ello las normas constitucionales y legislaciones limitan y regulan cualquier exceso de poder no sólo político sino económico, como son las reglas de competencia que fustigan el monopolio, el *trust* o el dominio exagerado del mercado. En consecuencia, la media también debería regularse sobre todo cuando las empresas transnacionales adquieren poderes equivalentes al Estado.

10.6 La libertad de prensa, de expresión, de opinión, de información o comunicación y la resistencia a su regulación constituyen las bases teóricas sobre las que se ha edificado el poder

de los medios y también la dinámica principal que determina la relación entre el Estado, el individuo y dichos medios.

La media debe contribuir a que los ciudadanos adquieran un rango de ‘información’ política y cultural, desde la cual puedan comprometerse. En ese sentido, son un recurso público.

10.7 De la misma manera que en los mercados existe el riesgo de que uno o más actores lo dominen, los medios de comunicación parecen mostrar una predisposición peculiar hacia el monopolio u oligopolio.

10.8 Los medios de comunicación deben articularse teniendo en cuenta el interés privado y la libre competencia frente al interés público. Parte de este proceso debe incluir el reconocimiento del espacio público y la re-legitimación de la intervención estatal en el ámbito de la vida democrática.

10.9 Hay un “capitalismo tecnocrático” surgido de la confianza errónea en los poderes terapéuticos del conocimiento tecnológico incontrolado. La creencia de que el libre accionar de las tecnologías trae una acción benéfica para el mercado y la democracia es una percepción errónea ya que el dominio tecnológico se impondrá siempre sobre los carentes ya que su alta sofisticación hace que esté siempre en manos de quien detenta la dominación tecnológica y económica.

REFERENCIAS

ARGENTINA. Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina. Caso Horacio Verbitsky y Otros: denuncia apología del crimen. Case 312: 933, 1987, julg. 13 jun. 1989; *Fallos de la Corte Suprema*, v. 51, n. 22, p. 916. Disponible en: <<http://www.csjn.gov.ar/jurisp/jsp/fallos.do?usecase=mostrarHjFallos&falloId=60800>>. Aceso en: 3 mar. 2011.

BARENDT, E. *Freedom of speech*. Oxford: Clarendon Press, 1985.

CONVENCION AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS (Pacto de San José). San José, Costa Rica, 7 al 22 de noviembre de 1969. Disponible en: <www.oas.org/juridico/spanish/tratados/b-32.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

DICEY, A. V. *Introduction to the study of the law of the constitution*. reimp. Londres: Elibron Classics, 2000.

ELDRIDGE, J. *The mass media and power in modern Britain*. Oxford: Oxford University Press, 1997.

FEINTUCK, M.; VARNEY, M. *Media regulation, public interest and the law*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006.

GANGI, W. *Libertad de prensa y libertad de expresión*. Buenos Aires: Bubok, 2009.

HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili, 1990.

HERTZ, N. *The silent takeover: global capitalism and the death of democracy*. Nova Iorque: Simon & Shuster Inc., 2002.

HILDEBRANDT, C. Los nuevos retos de la prensa internacional. In: LÉVANO, C. *Últimas noticias del periodismo peruano*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2011. p. 142-145.

LEVANO, C. *Últimas noticias del periodismo peruano*. Lima: Universidad Inca Garcilaso de la Vega, 2011.

McCHESNEY, R. W. *Rich media, poor democracy*. Illinois: Board of Trustees, University of Illinois, 1999.

MONTESQUIEU, Ch. L. S. *El espíritu de las leyes*. 6. ed. Madrid: Tecnos, 2007.

PERÚ. Constitución (1993). *Constitución Política del Perú*, 1993. Disponible en: <pdba.georgetown.edu/Constitutions/Peru/peru.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

STATE OF NEW YORK. Supreme Court of the State of New York. *Gitlow vs. New York*. 268 US, 1925. *Justia.com*: Supreme Court Center. Disponible en: <supreme.justia.com/cases/.../us/268/652/case.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

TEHRANIAN, M. Global Communication and its critics. *Journal of Communication*, Malden, v. 45, n. 2, p. 185-193, jun. 1995.

UNITED STATES OF AMERICA. Supreme Court of the United States. *Associated Press vs. Estados Unidos*. 326 1 US, 1945. Disponible en: <supreme.justia.com/cases/.../us/326/1/case.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

UNITED STATES OF AMERICA. Supreme Court of the United States. *Roth vs. United States*, julg. 24 jun. 1957, *United States Reports*, v. 354. Disponible en: <<https://supreme.justia.com/cases/federal/us/354/476/case.html>>. Acceso en: 3 mar. 2011.

UNITED STATES OF AMERICA. Supreme Court of the United States. *Schenk vs. Estados Unidos*, 249 US 47, 1919. *Justia.com*: US Supreme Court Center. Disponible en: <www.infoplease.com/us/supreme.../ar37.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.

UNITED STATES OF AMERICA. United States Court of Appeals. *Case Yates vs. Estados Unidos*. 354 US, 1957. *Justia.com*: US Supreme Court Center. Disponible en: <supreme.justia.com/cases/.../us/354/298/case.html>. Acceso en: 31 jan. 2011.