

LOS MEDIOS, LA DEMOCRACIA Y LA TRANSPARENCIA: EL TIPO IDEAL Y SU CRÍTICA

1. *Los Medios y la Sociedad*

Los medios de comunicación son producto y reflejo de la sociedad, al tiempo que también tienen la capacidad de reforzar y legitimar los valores, las costumbres y las creencias que se comparten en una sociedad. Existe así entre los medios y la sociedad un círculo de interdependencia con equilibrios dinámicos y siempre cambiantes. En algunas ocasiones los medios son casi un espejo de ciertas manifestaciones y conductas sociales; en otras, son agentes de innovación y cambio en la propia sociedad.³ Por tanto, el estudio del lugar de los medios y su relación con la sociedad no es en forma alguna una tarea sencilla.

Quizá uno de los aspectos más ampliamente discutidos sobre los medios y la sociedad sea el tema de su capacidad de mediación. En su definición de mediación, John Hartley enfatiza que ésta se entiende fundamentalmente como interventora o canalizadora entre dos partes.⁴ Sin embargo, la mediación

que realizan los medios de comunicación trasciende esta definición, pues en muchos casos la “lectura” que se nos ofrece en los medios sobre determinados eventos se vuelve la única manera de conocerlos. En este sentido, la mediación, además de ser vehículo de transmisión, ayuda a interpretar y reconstruir los eventos.⁵

A través de los medios de comunicación se transmiten mensajes que, a su vez, han sido reinterpretados y reconstruidos en el proceso mismo de transmisión. Estos mensajes, una vez recibidos, son nuevamente interpretados o “decodificados” por las diferentes audiencias receptoras quienes pueden llegar a utilizar los datos contenidos en ellos para reconstruir y representar versiones diferentes de una realidad en apariencia unívoca.⁶

Los medios de comunicación son, así, al mismo tiempo ventanas para mirar fragmentos de lo que sucede en otros lugares; espejos que reflejan conductas sociales; filtros que privilegian determinados

aspectos de la vida social y determinados discursos sobre otros; intérpretes interesados de lo que sucede en el espacio público; legitimadores de valores, creencias y actitudes; espacios para difundir la innovación y el cambio; y, auxiliares en la construcción y la interpretación social de la realidad.

Los medios juegan entonces un papel fundamental en nuestra vida diaria, al grado de que hay quien sostiene que los medios, sobre todo hablando de la TV, es tan importante en nuestra vida diaria que termina por dominar nuestro entorno simbólico: o sea, sus mensajes sobre la realidad social podrían incluso llegar a desplazar nuestras propias experiencias directas.⁷ Más aún, los medios de comunicación no sólo pueden llegar a incidir en lo que conocemos, sino también en la forma en que lo hacemos a través de lo que dicen y la forma en que lo dicen.

Por tanto, los medios tienen un impacto tanto en el contenido informativo que recibimos como en el

proceso a través del cual lo recibimos. Ello hace que exista siempre un gran debate acerca de temas tales como qué tipo de información presentan los medios, qué tan “neutral” u “objetiva” puede ser, qué tanta libertad deben tener, cuáles deben ser los límites entre lo público y lo privado, etc. Los medios de comunicación son entonces piezas clave para informarnos, conocer el mundo, participar en los procesos de socialización y sostener, a fin de cuentas, la vida moderna tal y como la conocemos, pues sin los medios todo sería diferente.⁸

Esta importancia de los medios de comunicación en la vida moderna tiene repercusiones claras en el espacio público a través de la forma en que se presenta la información a los individuos y la posibilidad que tienen éstos de actuar y modificar la vida pública a partir de ella. La siguiente sección discute la relación que puede existir entre los medios de comunicación y una forma específica de orden político: la democracia. A partir de ahí se podrá enten-

der mejor el papel que los medios pueden desempeñar para preservar y fortalecer una arena pública en donde la información sea transparente.

2. Los medios y la democracia moderna

Parecería obvio decir que los medios de comunicación son pilares importantes para mantener la vida política democrática. Muchos dan por hecho la relación entre los medios y la democracia, pero pocas veces se explica el fundamento de esta relación. ¿En qué nos basamos para sostener que los medios ayudan a mantener o preservar la democracia? Y, para nuestros propósitos, ¿cómo podemos vincularlos con la transparencia?

En las democracias liberales modernas, la vinculación entre los medios de comunicación y la democracia se explica a partir de la defensa de las ideas de libertad de expresión y de prensa.⁹ En un libro ya clásico sobre el tema, Alexander

Meiklejohn argumenta que como la democracia significa soberanía popular, los ciudadanos que la habitan, en tanto que encargados y responsables últimos de la rotación de poder en las elecciones, requieren de una enorme cantidad de información para poder llevar a cabo sus decisiones.¹⁰ Según Meiklejohn hay dos funciones de la libertad de expresión y de prensa en una democracia. Por una parte, se trata de una función informativa: la libre expresión permite el flujo de información necesaria; por la otra, se trata de una función crítica: los medios pueden servir de guardián en favor de los ciudadanos y ayudar asimismo a la libre crítica en el ejercicio del poder, y a la evaluación del desempeño de los políticos y de las instituciones.

Así, los medios pueden muy bien ser aliados de la ciudadanía para proteger sus derechos, proveerla de información y ampliar el debate sobre los temas de interés general en el espacio público. Esta imagen de los medios de comunicación

tiene sus orígenes en las luchas liberales del siglo XIX por expandir los derechos civiles y políticos de los individuos. La idea de la prensa libre, aquella heroica voz de las nuevas clases medias urbanas (o burguesas) que buscaban salvaguardar sus derechos frente al poder del Estado, quedó asociada de esta forma con la lucha por la libertad de expresión.

En este sentido, fue John Stuart Mill quien, al defender las libertades de prensa y de expresión, sintetizó las ideas liberales en relación con el papel de la prensa —y los medios en general— en la vida pública de una sociedad moderna.¹¹ Para J.S. Mill, la libertad de prensa (que representa a la libertad de expresión) es necesaria en la sociedad por varias razones. Primero, para mantener un espacio en el que tenga lugar el libre intercambio de ideas y en el que los debates puedan conducir eventualmente hacia “la verdad” (en términos del argumento más racional que en la discusión pública y abier-

ta termine por descartar ideas erróneas y mal planteadas).¹² Segundo, para ayudar a prevenir la tiranía aplastante de una opinión pública mayoritaria sobre aquellos que disienten desde alguna minoría.¹³ Tercero, para contribuir a asegurar las libertades políticas al evitar “los gobiernos tiránicos y corruptos”.¹⁴

En principio, todo ello genera ventajas innegables para la vida pública en una democracia, ya que para empezar, a través de los medios los ciudadanos y las organizaciones podrían contar con la información necesaria para tomar las decisiones que más convengan a sus intereses, así como también se beneficiaría a los mercados con información confiable y, sobre todo, independiente de los controles gubernamentales.¹⁵ En este sentido, podríamos señalar que los medios en una democracia idealmente deberían cumplir con tres funciones para preservar la transparencia:

- *Proveer a la ciudadanía con información suficiente para que ésta sea*

capaz de fundamentar sus elecciones, opiniones y decisiones acerca de los asuntos públicos. En este sentido, los medios proporcionan recursos educativos, informativos y formativos a los individuos para que, eventualmente, éstos tengan bases suficientes para tomar decisiones sobre los asuntos que les conciernen.¹⁶

EN LAS DEMOCRACIAS LIBERALES MODERNAS, LA VINCULACIÓN ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA DEMOCRACIA SE EXPLICA A PARTIR DE LA DEFENSA DE LAS IDEAS DE LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DE PRENSA.

- *Ser arena de debates abierta* en donde, en principio, las más variadas ideas tienen oportunidad de verse reflejadas y en donde ninguna posición se puede imponer a priori a otra sin mediar un debate.
- *Vigilar a favor de la ciudadanía* al desvelar los abusos cometidos por la autoridad y los actos de corrupción. En pocas palabras, los medios se constituyen en lo que ya Edmund Burke denominaba un “cuarto poder” protector de los derechos ciudadanos y componente de los “pesos y contrapesos” del poder.

Los medios de comunicación en la democracia, al ser actores de primer nivel en la esfera pública, están obligados a reconocer sus deberes mínimos de informar, reflejar el estado del debate público y vigilar a favor de los intereses de los ciudadanos. Los medios, considerados también como espacios neutrales para el intercambio de ideas, ayudan a consolidar una esfera pública

ciudadana en donde, en principio, la información confiable circula, lo que contribuye a limitar los usos indiscriminados del poder y favorecer la transparencia.¹⁷

Hay que reconocer que esta forma de definir el papel de los medios de comunicación en la democracia no está libre de idealización y de cierta exageración. A pesar de ello, así expuesto, este supuesto papel de los medios de comunicación sirve para distinguir un tipo ideal de medios de comunicación en los regímenes democráticos frente a lo que sucede en otro tipo de regímenes y sistemas políticos distintos a la democracia.¹⁸ Lo interesante es que este mismo tipo ideal es útil también para contrastar lo que sucede incluso dentro de las propias democracias con los medios de comunicación y es la base de muchas de las críticas al respecto, como se verá en el siguiente apartado.

3. Los medios, ¿más liberales y menos democráticos?: consecuencias para la transparencia

En la tradición liberal, toda autoridad pública tiende a oprimir las libertades y los derechos individuales, por lo que los medios de comunicación son instrumentos fundamentales para defenderlos. Los medios se presentan entonces como aliados naturales de los ciudadanos para vigilar al poder y oponerse a los abusos de la autoridad. Por tanto, para que los medios puedan desempeñar este papel, lo más valioso que se debe preservar es su libertad frente al poder público.

La defensa de la libertad en los medios fundamenta al mismo tiempo el rechazo de éstos a toda forma de regulación que pudiera convertirse en un instrumento del Estado para controlarlos. Así, si los medios desean mantener su independencia y su libertad frente al poder público, no queda más que aceptar que su lugar natural debe estar en el mercado, en el libre mercado. En el caso

de la prensa escrita, ésta siempre se ha hallado libre de regulación en las democracias modernas, pero en los medios de comunicación electrónicos, salvo por algunos casos notables como Estados Unidos, desde la Segunda Guerra Mundial se desarrolló una fuerte tradición de medios públicos que se ha cuestionado en las últimas décadas. En este sentido, desde los años ochenta, luego de fuertes críticas al Estado de bienestar y a la injerencia del Estado en lo que se considera dominios exclusivos de la sociedad —y el mercado como su ámbito natural—, ha habido en el mundo una tendencia hacia la desregulación que ha alcanzado a los medios. La privatización y la desregulación se han convertido en tendencias dominantes en los sistemas de medios de comunicación.¹⁹

Como señala John Keane, la desregulación es la idea fija del mercado liberal. Los medios protegidos y organizados por el Estado, especialmente en la radiodifusión y las telecomunicaciones son vistos con sus-

picacia. Se dice que son costosos, ineficientes y mantienen prácticas restrictivas... [El servicio público de radiodifusión] restringe, confina y reduce las opciones. Las decisiones de programación de las burocracias públicas no se sujetan a una justificación detallada y continua. Estas burocracias continuamente vetan la programación, ejercen poder por largos periodos para disolver contratos que no les agradan. El servicio público de radiodifusión implica una censura arbitraria y sistemática sobre las opciones del consumidor. La mano del gobierno distribuye privilegios y favores políticos sin rendir cuentas.²⁰

Se sostiene así que el mercado es el único capaz de garantizar no sólo la independencia de los medios, sino la diversidad y, si se trata de un mercado poco regulado, se puede esperar adicionalmente la aparición de un “libre mercado de ideas”.²¹ No obstante, hay voces críticas para quienes el mercado por sí solo no garantiza ni el debate plural, ni la protección de los derechos de la ciu-

dadanía.²² En este sentido, señalan con preocupación la tendencia que se ha ido consolidando en los medios de los países occidentales hacia el predominio de los grandes intereses corporativos, a costa de su supuesta naturaleza democrática.

EN LA TRADICIÓN LIBERAL, TODA AUTORIDAD PÚBLICA TIENDE A OPRIMIR LAS LIBERTADES Y LOS DERECHOS INDIVIDUALES, POR LO QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON INSTRUMENTOS FUNDAMENTALES PARA DEFENDERLOS.

Esta tendencia se refleja en:

1. Un aumento en la concentración de la propiedad de los medios. La disminución en la regulación en los medios está dando paso a una gran concentración en la propiedad que ha disminuido el número de corporaciones mediáticas en el mundo. En años recientes grandes corporaciones, a veces sin nada que ver con los medios, han adquirido la propiedad o la mayoría de las acciones de importantes medios. En Estados Unidos, por ejemplo, de haber sido cerca de cincuenta corporaciones de medios en 1983, el número se ha reducido drásticamente a sólo un puñado —Time Warner, Disney, News Corporation, Viacom, y General Electric—. ²³ La competencia entre un gran número de organizaciones mediáticas, tal y como postulaban las ideas liberales clásicas, parece haber dejado su sitio a un espacio dominado por grandes corporaciones bien

organizadas en donde incluso se pone en riesgo la propia libertad del mercado. ²⁴

2. Una mayor uniformidad en los contenidos y los formatos de la programación. Si bien el mercado puede hacer que aparezca un mayor número de medios, los contenidos han tendido hacia la homogeneización que, se dice, lejos de promover la calidad en los contenidos, se ha optado por privilegiar la comercialización extrema sobre cualquier otro criterio. ²⁵ Los criterios comerciales dominan en las consideraciones de programación y tienden a ser poco representativos de opiniones y puntos de vista de grupos minoritarios, especialmente de aquellos que tienen poco impacto en el mercado. El individuo queda considerado fundamentalmente como un consumidor potencial, y no como ciudadano.

3. La concentración en la propiedad no sólo puede afectar la calidad de los contenidos, sino

que abre la posibilidad de que los medios que pertenecen a grandes conglomerados eviten tocar temas y asuntos que pongan en riesgo intereses corporativos. ²⁶ Esto impide que los medios se conviertan en verdaderas arenas abiertas al debate y la pluralidad.

4. Los costos cada vez más altos para ingresar al mercado de los medios. Sin capital es imposible la entrada en el mercado de medios.

En esta línea, autores como Noam Chomsky sostienen que los intereses corporativos que se imponen en las decisiones de los contenidos pueden terminar por favorecer sólo determinadas versiones de la realidad y esconder otras que, o bien resulten “poco vendibles” o sean contrarias a dichos intereses. ²⁷ El riesgo es que se genere una sutil forma de censura previa en donde los criterios comerciales se impongan sobre la vocación informativa de los medios. ²⁸ Kellner señala en

un estudio que “debido al control de los medios por parte del capital corporativo, aquellos han tendido hacia el conservadurismo, al defender lo que perciben como sus propios intereses económicos”.²⁹ James Curran sostiene que, los conglomerados mediáticos no son vigilantes independientes que sirven el interés público, sino mercenarios corporativos egoístas en busca de sus propios intereses privados... El libre mercado compromete, más que garantizar, la integridad editorial de los medios comerciales, afectando en particular su capacidad de vigilar a los poderes corporativos privados.³⁰

Todas estas críticas ponen en entredicho el papel de vigilante de los medios de comunicación en las democracias, pues si bien la independencia de los medios frente al poder político ha sido un reclamo histórico desde el punto de vista liberal, los medios en manos de las grandes corporaciones corren el riesgo de perder su capacidad de vigilancia frente a temas como

corrupción corporativa, monopolios y otras desviaciones del mercado.³¹ Si no se tiene cuidado se podría transitar de una situación en donde si bien la censura del Estado se encuentre limitada, ésta bien podría ser reemplazada por una nueva “censura del mercado”.³²

Otro riesgo que se apunta por parte de algunos autores es que la lógica del mercado, aun cuando pueda generar una gran cantidad de medios de comunicación, sin las reglas adecuadas, se incide muy poco en la pluralidad y en la variedad de los contenidos, sobre todo los noticiosos. Un mayor número de medios, no significa necesariamente mayor pluralidad en los contenidos.

Frente a todas estas críticas, en defensa de las corporaciones mediáticas se argumenta, con cierta razón, que los medios en el mercado presentan únicamente lo que el público quiere ver, leer o escuchar, pues de otra suerte un programa que no se consume, que no se ve ni se escucha no sobrevive en el mercado. Este aspecto de la lógica

comercial, se sostiene, le otorga a la programación mediática un cierto carácter representativo del gusto del público, quienes como universo de consumidores, deciden en última instancia lo que se presenta o no en los medios.³³ El peso de las audiencias es entonces muy importante para decidir mantener al aire ciertos contenidos, así como para deter-

SI NO SE TIENE CUIDADO SE PODRÍA TRANSITAR DE UNA SITUACIÓN EN DONDE SI BIEN LA CENSURA DEL ESTADO SE ENCUENTRE LIMITADA, ÉSTA BIEN PODRÍA SER REEMPLAZADA POR UNA NUEVA “CENSURA DEL MERCADO”.

minar los costos y el volumen de la publicidad. Sin embargo, a pesar de que efectivamente determina el destino de los contenidos en los medios privados, la importancia comercial de las audiencias en términos de consumidores no le otorga necesariamente un carácter representativo a los contenidos en ningún sentido participativo. En todo caso, la diversidad de contenidos está inserta en un marco en donde el individuo es considerado un consumidor, pero pocas veces un ciudadano.

Así, la idea de que los medios en una democracia son vigilantes, informadores y espacios abiertos al debate no está fuera de controversia. La imagen clásica de los medios como aliados naturales de los derechos y las libertades individuales tiene poco que decir sobre las relaciones de poder y sobre los intereses económicos corporativos en los que se insertan. Inclusive, el espacio que muchos han considerado la esfera natural de los medios —el mercado libre— tampoco garantiza que éstos

sean efectivamente vigilantes, informadores y espacios abiertos al debate. El supuesto sobre los medios libertarios no puede dar cuenta de la cantidad de intereses que inciden en su funcionamiento y que pueden llegar a distorsionar su calidad de vigilantes e informadores. Las consecuencias para la transparencia son obvias: si los medios están atrapados en medio de intereses externos poderosos —corporativos y económicos—, la presentación de la información podría privilegiar la cobertura sólo de aquellos asuntos que sean convenientes a las corporaciones mediáticas. Entonces, ¿por qué seguir creyendo que los medios son pilares de la democracia y que podrían promover la transparencia? La segunda parte ensaya una respuesta.