

# LA CONCENTRACIÓN DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN: LA CENSURA DISFRAZADA

GUILLERMO TENORIO CUETO  
*Universidad Panamericana (México)*

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo pretende abordar un aspecto fundamental que daña la libertad de expresión sistemáticamente en cualquier país donde operen las mismas condiciones: la concentración informativa. Refiero como concentración informativa la serie de actos que obligan a la sociedad a permanecer anclada bajo un sistema informativo de una o dos fuentes sin posibilidad legal de que ello se modifique. En ese sentido he planteado el presente trabajo: por un lado abordo el fenómeno de dicha concentración donde algún medio masivo o un par de ellos monopolizan el espectro difusivo de información y sólo dan cuenta de la valoración de la realidad según su apreciación. En un segundo momento se hablará de cómo ese fenómeno de concentración atenta contra el principio o libertad de expresión humanas en todos sus aspectos incluidas principalmente sus dos dimensiones. En el apartado correspondiente se hace mención de cómo se lastima a la sociedad y a la persona humana limitándola a una fuente informativa masiva y las consecuencias sociales de ello.

En el tercer apartado referimos cómo una máxima concentración propicia un desequilibrio entre la fuerza política estatal y la fuerza política ejerci-

da por un agente intermedio. Ello, como se analizará, produce un efecto de dominio sobre todos los aspectos de la vida societaria incluida la organización estatal. En dicho apartado se analiza la creciente fuerza de los medios masivos de comunicación y la constante tibieza de los órganos del Estado para hacerles frente. Para ilustrar esta parte del trabajo he elegido el emblemático caso mexicano donde el poder político es avasallado por el poder fáctico de una empresa concentradora de medios.

Posteriormente, el lector encontrará cómo este fenómeno de concentración es campo propicio para un régimen totalitario de la expresión. En este sentido me referiré a que no es necesaria la participación estatal para callar la pluralidad de fuentes, sino también este fenómeno se da con la falta de apertura a nuevos competidores propiciando una sociedad poco democrática y tiranizada por una sola visión de la realidad.

Al final hemos dejado un apartado que habla sobre la pluralidad de fuentes y sobre la llamada democratización de los medios masivos de comunicación. En ese sentido damos algunas propuestas que pudieran dar luces para resolver el problema. No sólo me refiero a marcos legales que no propicien las concentraciones sino también a los esquemas de participación ciudadana y al impulso, aplicación y exigencia de los códigos de ética dados por los grandes consorcios comunicativos.

## 1. CONCENTRACIÓN INFORMATIVA

La concentración informativa no es un fenómeno nuevo, lo novedoso es que ahora dicha concentración se presenta en un agente diverso al Estado. Muchos estudios que refieren la conformación de la opinión pública y la nueva interpretación del espacio público refieren este tránsito secular de interpretación racional a nuevos actores sociales, con un poder fáctico que de manera reiterada amenaza el dominio de la interpretación del espacio público a la organización estatal<sup>1</sup>.

En si mismo el surgimiento de estos nuevos intérpretes, no sólo de la racio-

---

<sup>1</sup> Al respecto se tienen los trabajos de J. HABERMAS, *Historia y crítica de la opinión pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona 1982; H. ARENDT, *La condición humana*, Paidós, Barcelona 1993; A. SAHUI, *Razón y espacio público*, Ediciones Coyoacán, México 2002; J. FERRY-D. WOLTON y otros, *El nuevo espacio público*, GEDISA, Barcelona 1995; C. CALHOUN, *Habermas and the public Sphere*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts and London 1992; entre otros.

nalidad estatal sino de la transformación noticiosa de la realidad, no representan un fenómeno de rareza o de falta de democratización. Por el contrario, el surgimiento de ellos conforma un espacio o canal de transmisión de los acontecimientos cotidianos o bien un foro permanente de discusión pública donde la participación de los “públicos” genera la elaboración de agendas ciudadanas.

Como se refiere en el párrafo que antecede el ejercicio de los medios de comunicación ha sido decisivo en las transiciones y consolidaciones democráticas de diversos países propiciando mayores márgenes de participación activa de la sociedad y otorgando interpretaciones paralelas de la realidad política.

Pero los medios de comunicación masiva no sólo constituyen uno de los asideros importantes del desarrollo de la vida democrática y menos se detienen en la exclusividad social, como intermediarios de los hechos y el receptor o conocedor de los mismos, por el contrario una de las funciones primordiales de los *medios* es la transformación de los hechos dados en la realidad en mensajes noticiosos que impactan en la sociedad.

Así pues los *medios* desempeñan un aspecto empresarial que supone en su objeto de trabajo seleccionar, moldear, construir y presentar la nota impactando a una audiencia numerosa para poder vender espacios comerciales a diversos anunciantes. En ese sentido la materia prima con la que trabajan los medios son dichos mensajes. A mayor audiencia impacte, mayor es el costo de mis espacios publicitarios.

En ese carácter empresarial radicamos el tema de la concentración. Ella supone una actividad empresarial de algún medio masivo de comunicación de ocupar gran parte o la totalidad del espacio informativo, aprovechándose de su poder económico<sup>2</sup>, incidencia política, un marco legal favorecedor y una sociedad pasiva controlada por diversos instrumentos de impacto desde el *medio*.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Se refieren al menos cuatro factores por los cuales es atractiva la concentración independientemente de la rentabilidad que en si misma genera. «El primero es que las sociedades que realizan dichas compras pasan a ser más rentables en el proceso de compra de nuevos medios de comunicación debido a que estos se suman al flujo de efectivo de la empresa compradora y a que normalmente los medios de comunicación superan los promedios económicos del mercado de valores. Un segundo es que las mayores empresas informativas, normalmente gestionadas de forma eficaz, creen que la experiencia de gestión que pueden aportar a compañías mas reducidas, tendrá como resultado beneficios todavía mayores para las empresas adquiridas. Un tercero es el ego y la fascinación de poseer una vistosa empresa informativa que suele ser más gratificante que la propiedad de otras empresas. Y el cuarto es la escasez. La adquisición de empresas informativas independientes resulta atractiva porque los periódicos y las emisoras de radio y televisión son bienes relativamente escasos» (J. LAVINE-D. WACKMAN, *Gestión de empresas informáticas*, RIALP, España 1992, p. 56).

<sup>3</sup> Es muy importante referir que en este trabajo pretendemos abordar el tema de la concentración desde su perspectiva negativa, pero reconocemos que existen diversas voces que refieren que la concentración «ofrece ventajas que una pequeña jamás podría ofrecer, o sea, capacitación de los empleados, sueldos más altos y mejores condiciones de trabajo», S. BIAJI, *Impacto de los medios masivos de comunicación*, Thomson, 2006, p. 14.

Cada uno de los cuatro aspectos debe operar simultáneamente para una mayor concentración. A continuación detallaremos cómo cada aspecto puede contribuir a presentarnos un fenómeno de concentración de un medio masivo de comunicación.

### 1.1. *El poder económico*<sup>4</sup>

Un factor fundamental de la concentración informativa es el poder económico de la empresa. Este poder económico es logrado por el flujo de información que manejan los medios. A mayor información y canales de distribución para dispersarla mayores ingresos provenientes de la publicidad. Por ello los medios no sólo buscan impactar mediante un canal de flujo noticioso sino diversificar la misma nota en distintos canales o medios (un ejemplo claro son los grandes grupos informativos que involucran prensa escrita, radio, televisión e incursionan hasta en el cine), y ello no se puede conseguir si no es respaldado por un capital importante para dicha diversificación. En ese sentido la concentración informativa permite a la empresa darle mayor valor de mercado a la información, pues un solo hecho noticioso puede ser difundido en múltiples medios que venden espacios publicitarios a diversos anunciantes<sup>5</sup>.

La concentración informativa, se transforma, desde la óptica de la empresa, en un gran negocio, donde la información adquiere un valor multiplica-

---

<sup>4</sup> Cfr. A. SÁNCHEZ TABERNERO, «El comportamiento ético en las empresas de comunicación», en M. CODINA (ed.), *De la Ética desprotegida*, EUNSA, Pamplona 2001, p. 24. «Otro elemento que propicia la concentración es el carácter lucrativo de los medios de comunicación. Ante una corriente pluralista y participativa cada vez con mayor presencia en la discusión sobre la tarea de los medios masivos».

<sup>5</sup> El tema de la publicidad reviste un papel fundamental en el desarrollo de los medios masivos de comunicación, como es sabido «el discurso publicitario (...) actúa por su parte como ideología del mercado libre y los intereses capitalistas en la sociedad de consumo, hasta el punto incluso de influir y determinar la existencia de los medios y sus contenidos. La comercialización de los espacios mediáticos como soportes publicitarios no solo deriva en una directa dependencia de la industria cultural respecto a los anunciantes. Este dominio económico sobre las empresas periodísticas se traduce además con frecuencia en el plegamiento profesional de los informadores a los intereses de la poderosa industria de las relaciones públicas. La publicidad desempeña además un rol significativo en el proceso de concentración informativa como factor de desarrollo de los conglomerados multimedia que ha terminado restringiendo los estrechos márgenes del pluralismo informativo en detrimento de otras opciones editoriales como la prensa obrera y radical», F. SIERRA, «Medios de información y operaciones de paz. Las guerras imperiales en la aldea global», en F. CONTRERAS-F. SIERRA (coords.), *Cultura de guerras. Medios de información y violencia simbólica*, Universitat de Valencia, Valencia, 2004, p. 78.

dor. De igual manera es un buen negocio para la empresa pues supone impactar en mercados diversos donde los anunciantes son distintos.

En otro sentido la concentración informativa supone, por obligación, la exclusión de otros competidores con el afán de abarcar al mayor número de anunciantes posibles. La pluralidad supone una disminución en los ingresos de la empresa y un aumento en el costo noticia-valor, es decir que el costo de la noticia se incrementa al sólo tener la oportunidad de emitirlo por un sólo canal de difusión.

## 1.2. *Incidencia política*

El segundo de los factores de la concentración es la incidencia política que su crecimiento genera en una sociedad determinada. Si bien es cierto que el poder económico de la empresa informativa la conduce a poder nulificar competidores, el mismo poder lo acerca al fortalecimiento de su entidad en las relaciones con la autoridad política.

Así, la incidencia de un concentrado comunicativo es determinante en la elaboración de la agenda política<sup>6</sup>, inclusive me atrevo a señalar, que su incidencia por momentos determina el contenido de la opinión pública. La racionalidad estatal se ve constreñida a la crítica permanente de los medios, los cuales la secuestran de su original poseedor: la ciudadanía<sup>7</sup>.

Lo anterior repercute directamente en la toma de decisiones políticas pues detrás de toda agenda política no queda clara la participación ciudadana en la interpretación del espacio público ni mucho menos su injerencia en el diseño de la agenda. Lo que sí es perceptible es la conveniencia o no del tema a tratar desde la óptica del concentrado mediático, y es perceptible en virtud de los posicionamientos diarios que hacen desde el *medio* los “líderes de opinión” que trabajan para él.

---

<sup>6</sup> Sobre el particular habría que recordar el trabajo de Ralph Miliband donde refiere que «(...) el carácter de la aportación que los medios de difusión y comunicación masivos hacen al ambiente político, está determinado por las influencias que pesan más sobre ellos. Estas influencias son varias y todas actúan en un mismo sentido conservador y conformista», R. MILIBAND, *El Estado en la sociedad capitalista*, SINGLO XXI, México 1997, p. 219.

<sup>7</sup> Cfr. G. TENORIO, «La justicia mediática: el caso de las sentencias mediáticas», en G. TENORIO (coord.), *Humanismo Jurídico*, PORRUA-Universidad Panamericana, México 2006.

La pluralidad informativa permite que los medios interactúen en la elaboración de la agenda pero no de manera determinante. La pluralidad impide el apoderamiento de la interpretación del espacio público por uno o dos actores y da paso a una mayor posibilidad de interacción social y política en la elaboración de la agenda política de cualquier sociedad. Con ello no pretendo desdeñar que otro actor político pretenda posicionarse como centro de la interpretación, a lo que me refiero es que al menos en materia de medios informativos, la pluralidad permite el auto control.

### 1.3. *Marcos legales favorecedores*

El tercero de los factores que refiero como propiciatorios de la concentración de las empresas informativas es el referido a los marcos legales estatales que generan o permiten generar una dinámica de concentración. En ese sentido y como consecuencia de los dos factores anteriores, la construcción de marcos legales puede devenir de una autoridad estatal muy debilitada y permisiva de intromisión en la generación de su derecho<sup>8</sup>.

Los marcos legales donde la empresa informativa transita pueden generar la imposibilidad de la pluralidad. Ante un marco legal inadecuado una empresa informativa puede fortalecerse al grado de la destrucción o aniquilación de otras. Así podemos decir que el mismo Estado en algunos casos, fomenta y alienta la concentración excluyendo la posibilidad de competencia.

Ante un marco legal favorecedor de la concentración resulta muy complicado dar marcha atrás pues el poder obtenido por la misma permite al medio en cuestión generar una dinámica de ataque frontal y directo en contra de aquellos políticos que pretendan ir en contra de sus intereses. El argumento a utilizar por parte de los grupos concentrados es una falacia pues

---

<sup>8</sup> Toda vez que en el apartado posterior hablamos del caso mexicano, en su libro sobre presidencialismo mexicano, Jorge Carpizo expone el control que desde el aparato estatal se hace de los medios pero también deja ver como la legislación mexicana es totalmente favorecedora de un solo participante. A la larga ese marco legal constituirá la principal herramienta para fomentar la concentración comunicativa en México. Cfr. J. CARPIZO, *El presidencialismo mexicano*, SIGLO XXI, México 2002. De igual manera, y refiriéndose en general a América Latina, Elizabeth Fox refiere que «la ausencia de una regulación gubernamental de las actividades de la radio comercial permitió la formación de monopolios lucrativos, libres de obligaciones de servicio público», E. FOX, *Medios de comunicación y política en América Latina*, GILL, Barcelona 1989, p.215.

refieren ataques a la libertad de expresión o a la libertad de información cuando en realidad el ataque a dichas libertades proviene de ellos mismos.

La pluralidad de participación no supone una exclusión de la empresa informativa fuerte. Dicha pluralidad supone una mayor y mejor competencia en cuanto a los contenidos y una variedad de percepciones e interpretaciones del espacio público a través de la difusión y valoración de noticias desde diversas perspectivas. Por el contrario cuando desde el mismo Estado se favorece con un marco legal inadecuado la concentración, la competencia es inexistente y las valoraciones de lo público están sesgadas a una sólo voz, la voz de un sólo medio.

#### 1.4. *Sociedad pasiva*

Hablar de sociedad pasiva implica generalizaciones inadecuadas. En ese sentido trataré de mostrar algunos rasgos que impactan o se generan desde la concentración informativa para generar la pasividad social. El primero de ellos es el relativo a la fuente única de información. Al no existir una diversidad o pluralidad de percepciones y valoraciones, el discernimiento de lo social y político estará en función de la fuente única, la cual moldea y contribuye en la elaboración de la opinión pública. Ello constituye la imposibilidad de contraste y genera una dinámica de aceptación de la fuente como verdad inobjetable<sup>9</sup>.

El segundo tiene que ver con la incapacidad política de enfrentamiento, es decir que pudiendo generarse una resistencia al grupo concentrado, los mecanismos jurídicos estatales permiten el ataque avasallador del medio en contra de aquel que pretenda enfrentarlo afectando sus intereses. Ese desánimo produce un efecto permisivo y pasivo por parte de la sociedad y aunque habiendo voces disidentes, estas no tienen un impacto fuerte en virtud de que el mismo medio no permite su difusión masivamente por ninguno de sus canales comunicativos<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> Es importante aclarar que los medios en si mismos no generan un cambio de actitud o una predisposición hacia la pasividad, de hecho no queremos siquiera insinuarlo. En ese sentido existen suficientes estudios sobre el comportamiento de la sociedad frente a los medios y los efectos que estos generan. El presente trabajo no versa sobre dicho tema. Lo que pretendemos referir es la importancia de la pluralidad de información para producir una sociedad mayormente activa.

<sup>10</sup> Esto es lo que se ha llamado «espiral del silencio», cfr. E. NOELLE-NEUMANN, *La espiral del silencio*, Paidós, Barcelona 1985.

Luego de referir de manera breve los cuatro elementos que favorecen la concentración pasemos a determinar cómo incide este fenómeno directamente en la libertad de expresión.

## 2. LA CONCENTRACIÓN INFORMATIVA VS LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

A partir de la configuración de la libertad de expresión en las diversas cartas constitucionales entendemos que la libertad de expresión se configura con algunos elementos básicos que inciden en la difusión y recepción libre de información la cual contribuye, no sólo con la dignidad de la persona humana sino impacta directamente en su dimensión social. En ese sentido la libertad de expresión constituye una pieza clave en la conformación de las sociedades democráticas participativas.

La libertad de expresión implica en si misma la posibilidad de manifestación de ideas, opiniones, sentimientos o pensamientos de la persona que permiten su desarrollo social. La lucha secular en contra del autoritarismo que impide la libre circulación de ideas se edifica teniendo como baluarte o estandarte de lucha la libertad de expresión, la cual juega un papel de doble vía respecto al poder político, pues por un lado impide su sometimiento y por otro configura al mismo poder dándole legitimidad.

Ahora bien, si la libertad de expresión implica un freno para el poder político, que en la medida de lo posible se cumple, en mayor o menor grado, en los países llamados democráticos ¿implica el mismo freno para otro tipo de poderes que no sean los estatales? La respuesta a ello es que si bien es cierto que ese freno está puesto para el poder político, para los poderes fácticos no hay referencia alguna. En el presente trabajo no buscamos analizar cada uno de los supuestos por lo que sólo nos concentraremos en el de la concentración informativa, pero existe una gama interesante de supuestos como el de las grandes corporaciones que someten a sus trabajadores, el de los sindicatos que impiden la disidencia o el de grupos delincuenciales que asesinan periodistas.

La configuración de la concentración informativa atenta contra la libertad de expresión en diversos grados y de diversas maneras.

- a) Respecto a la información encontramos dos tipos de ataques. Un atentado directo en cuanto a la supresión de la diversidad de medios

comunicativos que sean canales por donde transita la información, y un ataque indirecto en función de la monopolización y por ende de la selección de la información desde una sola óptica.

- b) Respecto a la manifestación de ideas encontramos dos tipos de ataques. El primero referido a los intereses inmersos en el negocio informativo que impide por regla general la aparición de voces contrarias al medio y un segundo tipo de ataque al impedir o desdeñar la participación en los canales comunicativos de todo lo que no sea mediáticamente correcto.
- c) Respecto al régimen de participación democrática se perciben un par de ataques. El primero de ellos lo podríamos denominar el “efecto péndulo” en virtud de una transición de censura estatal a una censura de un poder fáctico. El segundo de ellos al que podríamos denominar “el ataque político” pues impacta directamente en la elaboración de la agenda política nacional pues el concentrado informativo determinará, al asumirse como la voz interpretativa de la opinión pública, cuales son los temas a tratarse y cuales deben ser desechados, potenciando informativamente los primeros y desechando en cuanto a difusión los segundos.

Por motivos de estructura del trabajo sólo he querido dejar enunciados los ataques pues cada uno de ellos podría ser, en si mismo, motivo de un trabajo similar al presente. Ahora bien lo referido en los párrafos que preceden nos permiten dar una visión general de la problemática y ataques que implica la concentración en contra de la libertad de expresión. Quisiera recalcar que en los matices referidos en cada uno de los puntos anteriores existen variantes que intensifican o disminuyen el ataque.

### 3. LA CONCENTRACIÓN VS LA ACTIVIDAD REGULATORIA ESTATAL. EL CASO MEXICANO

A pesar de que la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha declarado inconstitucionales algunos de los preceptos de las reformas a la ley de radio y televisión en México publicadas durante el año 2006, el caso mexicano sigue siendo relevante en función de una actividad permisiva de la autoridad política y órganos de representación política al favorecer un proyecto

de reformas que pretendían reforzar una idea de concentración y/o monopolio informativo excluyendo, por supuesto, cualquier intento de competencia o de mayor participación de otros grupos comunicativos.

En ese sentido la llamada “ley televisa” adquiere su nombre en virtud de la fuerza ejercida por este consorcio comunicativo, fuerza que procede de un poder político débil y permisivo que permitió la conformación de un monopolio informativo a partir de su auspicio y complacencia. Así, los detractores de esta empresa informativa deberían preguntarse cuánto le corresponde al gobierno que permitió y colaboró en su consolidación monopólica.

El proceso de reformas a la ley de radio y televisión en México es un ejemplo muy claro de cómo los cuatro aspectos referidos en los puntos anteriores son constitutivos del poder ejercido por el concentrado informativo. Las reformas estuvieron condicionadas a los favores que los políticos mexicanos pudieran esperar del grupo informativo pues unos meses después de aprobado el proyecto México entraría a un proceso de elecciones generales.

El escenario descrito con anterioridad obligó a que todos los proyectos elaborados en años anteriores fueran desechados y se aprobara un proyecto nuevo redactado en el grupo comunicativo y presentado a la Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados a través de uno de los diputados integrantes de la Comisión. El proyecto pasó inmediatamente y en 24 horas fue aprobado por el Pleno de la Cámara. En el Senado hubo mayor resistencia pero pasó el proyecto y el mismo presidente de la República lo aprobó.

Casi un año después diversos senadores de la legislatura pasada revelaron haber recibido presiones del grupo en el sentido de nulificar mediáticamente al candidato del partido que se opusiera a las reformas. Es más, los senadores que interpusieron la acción de inconstitucionalidad fueron nulificados de cualquier mención o intervención en medios y por supuesto la sociedad civil poco se enteró del asunto pues en cada noticiero que se llegaba a hacer mención de ello sólo se hacía desde la óptica del grupo interesado.

Al tramitarse la acción de inconstitucionalidad en la Suprema Corte y al darse a conocer el primer proyecto de sentencia, no se vaciló en atacar desde el medio a la misma Suprema Corte con diversos comentarios, por parte de los presentadores de los noticieros señalando que el fallo representaba un atraso para el país en la materia.

La actividad regulatoria del Estado en materia de telecomunicaciones no debe permitir la injerencia de grupos que impidan su estudio y desarrollo de manera que beneficie al grueso de la población. Detrás del tema, no debemos olvidar que un concentrado informativo impacta directamente en la libertad de expresión, la libertad de competencia y la libertad de información debidamente regulados en casi todas las cartas fundamentales de occidente.

Aunado a lo anterior debemos mencionar que una actividad regulatoria estatal excesiva puede no sólo impedir los concentrados sino que también fomenta la pulverización mediática que impediría una competencia real en un mundo global. En ese sentido es clara la idea de que el Estado podrá intervenir regulando la actividad de las empresas sin atentar contra la libre empresa y el libre mercado. Entonces la pregunta obligada sería ¿de qué manera el Estado puede intervenir sin pulverizar o no intervenir sin favorecer prácticas monopólicas? La respuesta podrá encontrarse en los procesos democratizadores de los medios masivos o en los autocontroles supervisados que los medios mismos realicen y los someta.

Es clara la idea de la difícil tarea que es dar marcha atrás a una legislación favorecedora de la concentración. De igual manera es clara la idea de que la actividad reguladora del Estado se encuentra sometida en múltiples facetas al poder ejercido desde el concentrado comunicativo. Por ello la respuesta se encuentra en medios alternativos que permitan equilibrar el libre juego de crecimiento corporativo pero que a su vez garantice la responsabilidad social de los medios de comunicación.

El caso mexicano pone de relieve la urgencia de atender estos dos aspectos. La facilidad para que el poder político se vea intimidado es proporcional al poder del medio pero la pulverización de medios es proporcional a una actividad regulatoria excesiva.

En el siguiente apartado daremos algunas pautas para el equilibrio entre ambas situaciones aclarando la imperiosa necesidad de atacar el problema. Ya que hemos referido en este apartado el caso mexicano aclaremos que a día de hoy la reforma en materia de radio y televisión fue declarada inconstitucional en algunas de sus partes y se espera que para fin del año 2007 inicie nuevamente la discusión en el poder legislativo.

#### 4. PLURALIDAD DE FUENTES Y DEMOCRATIZACIÓN DE MEDIOS INFORMATIVOS

##### 4.1. *Sobre la pluralidad de fuentes: dos propuestas*

En los puntos anteriores hemos venido refiriendo algunos de los aspectos relativos a las consecuencias derivadas de un sistema favorecedor de la concentración informativa. De ahí que se planteen en este apartado dos propuestas que podrían servir como eje para una discusión que pudiera abonar la solución del problema.

La primera de ellas es lo que denominamos el sistema de pluralidad de fuentes. Este sistema, proponemos que se fundamente en una premisa fundamental: la distinción de medios. Explico. Cuando el concentrado informativo opera, lo hace a través de diversos canales comunicativos como son la prensa, la radio y la televisión por poner algunos ejemplos. El sistema propuesto impide la posibilidad de que un medio televisivo incurriera en uno editorial o en uno de radio y lo mismo en sentido contrario. Lo que se logra con ello es un impacto por sintonías, lo que asegura una diversificación de fuentes al menos por medios diversos.

Lo anterior queda reflejado en que el negocio televisivo queda imposibilitado para construir información para tres medios diversos, garantizando a la sociedad civil al menos la diversificación informativa en tres ámbitos distintos.

Pero el sistema propuesto también podría enfocarse dentro del mismo sistema comunicativo. Así, se podría plantear la posibilidad de tantos canales de televisión de competencia como canales propios o tantas estaciones de radiodifusión como estaciones propias. Ese sistema equilibra el número de fuentes informativas de manera natural, sin afectar los principios de libre competencia y libre empresa y da certidumbre al pluralismo.

Para lograr alguna de las dos propuestas anteriores se debería diseñar una propuesta legislativa que contuviera principios rectores en materia de medios masivos de comunicación, donde la pluralidad informativa constituyera el eje central de la propuesta.

#### 4.2. *Sobre la democratización de medios masivos*

La primera vez que escuche sobre la democratización de medios masivos me pareció una contradicción, pero con el tiempo, y reforzada con la idea de pluralismo, toma mucho sentido. Partimos de la base de que en casi todo el mundo se considera al espectro donde circulan las ondas radioeléctricas un bien de dominio público, es decir, que la explotación del mismo corresponde originariamente a todos los ciudadanos del lugar de que se hable. Dicho lo anterior la concesión de explotación a un solo particular no debe significar un título de propiedad para hacer con la frecuencia lo que se quiera, por el contrario dicho título de concesión debe impregnar un sentido de responsabilidad a quien lo explota.

Aunado a lo anterior, debemos recordar que inclusive los medios masivos manejados por la entidad estatal tienen la misma responsabilidad que los manejados por los particulares, y en ese sentido, cuando hablamos de democratización de los medios, debemos entenderlo para todos los participantes sean particulares o no.

Por democratización de los medios masivos de comunicación debemos entender todos aquellos actos que conduzcan a la mayor actividad de participación social en las emisiones mediáticas. Es claro que se admiten grados de participación y diferenciación de participación entre los particulares que explotan las frecuencias y los medios públicos.

En ese entendido la participación en medios estatales se encuentra en el diseño de programas públicos en el que la ciudadanía tenga posibilidades de manejar espacios de la frecuencia. El Estado deberá proporcionar todos los medios técnicos y los ciudadanos interesados deberán trabajar el tema de contenidos. Como existe una responsabilidad y compromiso del director del medio público para vigilar los contenidos, la convocatoria de participación puede dar los lineamientos de búsqueda de contenidos interesantes y propositivos que cubran una demanda determinada de información.

Por otro lado, me parece que la democratización de los medios manejados por particulares debe someterse a un mayor control de transparencia y no sólo en el marco del título que lo acredita como sujeto explotador del espectro, sino en el marco de gran parte de su actividad en cuanto a manejo de la información donde existan principios orientadores que den certidumbre para su vigilancia.

En ese sentido, y ante el fracaso de un autocontrol de los medios masivos a través de sus códigos de ética, todo parece indicar que el acto vinculante sería la creación de un organismo vigilante en exclusiva de su actuar, el cual estuviera integrado por representantes de todos y cada uno de los afectados por el proceso comunicativo.

Tanto la pluralidad de fuentes como los procesos democratizadores impactan necesariamente en el manejo de los concentrados informativos. Debemos recordar que los medios informativos no deben ostentarse como propietarios de la información sino como titulares de la misma<sup>11</sup>, y por tal motivo debemos entender a la información como un asidero del cual depende la dimensión social del hombre y no como un valor de mercado capaz de ser utilizado para fines particulares.

## CONCLUSIÓN

El presente trabajo ha pretendido mostrar algunos rasgos nocivos de la concentración informativa donde se evidencia el daño ocasionado a las libertades de expresión y de información. Se ha pretendido dar la pauta para un par de soluciones atendiendo a la pluralidad de fuentes y los procesos democratizadores. Es patente en el trabajo la importancia dada a las legislaciones que han sido permisivas volviendo casi imposible dar macha atrás al fenómeno de concentración de los medios masivos de comunicación. El caso mexicano mostrado en los apartados precedentes muestra el daño continuo que el fenómeno de concentración otorga a la sociedad.

## BIBLIOGRAFÍA

- H. ARENDT, *La condición humana*, Paidós, Barcelona 1993.  
S. BIAJI, *Impacto de los medios masivos de comunicación*, Thomson, 2006.  
C. CALHOUN, *Habermas and the public Sphere*, MIT Press, Cambridge, Massachusetts and London 1992.  
J. CARPIZO, *El presidencialismo mexicano*, SIGLO XXI, México 2002.  
F. CONTRERAS-F. SIERRA (coords.), *Cultura de guerras. Medios de información y violencia simbólica*, Universitat de Valencia, Valencia 2004.

---

<sup>11</sup> Cfr. J. DESANTES GUANTER, *Derecho a la información*, Fundación COSO, Valencia 2004, pp. 121-150.

## La concentración de las empresas informativas y la libertad de expresión: la censura disfrazada

- J. DESANTES GUANTER, *Derecho a la información*, Fundación COSO, Valencia 2004.
- J. FERRY-D. WOLTON y otros, *El nuevo espacio público*, GEDISA, Barcelona 1995.
- E. FOX, *Medios de comunicación y política en América Latina*, GILI, Barcelona 1989.
- J. HABERMAS, *Historia y crítica de la opinión pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona 1982.
- J. LAVINE-D. WACKMAN, *Gestión de empresas informáticas*, Rialp, Madrid 1992.
- R. MILIBAND, *El Estado en la sociedad capitalista*, SIGLO XXI, México 1997.
- E. NOELLE-NEUMANN, *La espiral del silencio*, Paidós, Barcelona 1985.
- A. SAHUI, *Razón y espacio público*, Ediciones Coyoacán, México 2002.
- A. SÁNCHEZ-TABERNERO, «El comportamiento ético en las empresas de comunicación», en M. CODINA (ed.), *De la Ética desprotegida*, EUNSA, Pamplona 2001.
- F. SIERRA, «Medios de información y operaciones de paz. Las guerras imperiales en la aldea global», en F. CONTRERAS-F. SIERRA (coords.), *Cultura de guerras. Medios de información y violencia simbólica*, Universitat de Valencia, Valencia, 2004.
- G. TENORIO, «La justicia mediática: el caso de las sentencias mediáticas», en G. TENORIO (coord.), *Humanismo Jurídico*, PORRUA-Universidad Panamericana, México 2006.

