

# LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN NO PUEDE SER UN VELO PARA ENCUBRIR LOS ABUSOS PRACTICADOS POR LOS MEDIOS

*Freedom of expression cannot be a veil to conceal the abuses practiced by the media*

*A liberdade de expressão não pode ser um véu para encobrir os abusos praticados pelos meios de comunicação social*

**Jorge Rubem Folena de Oliveira**

Sociedad Brasileña de Geografía e Instituto de los Abogados Brasileños, Brasil,  
[jorgefolena@yahoo.com.br](mailto:jorgefolena@yahoo.com.br)

**Resumen:** Trata de la posibilidad del poder público de reglamentar y fiscalizar las actividades empresariales en el segmento de la comunicación social en Brasil, sin que esto represente la imposición de la temida censura, de acuerdo con lo pregonado por los controladores de la información.

**Palabras claves:** Democracia. Comunicación Social. Reglamentación y Libertad de Expresión.

**Abstract:** This article considers the possibility public power has to regulate and oversee business activities in the social communication segment in Brazil, without having the imposition of the feared censorship, as proclaimed by those who control the information.

**Keywords:** Democracy. Social communication. Regulation and freedom of expression.

**Resumo:** O artigo trata da possibilidade do poder público de regular e fiscalizar as atividades empresariais no segmento de comunicação social no Brasil, sem que isto represente a imposição da temida censura, como apregoado pelos controladores da informação.

**Palavras-chave:** Democracia. Comunicação social. Liberdade de expressão.

**Fecha de recepción:** 25-07-13 **Fechas de reenvío:** 14-10-13/07-11-13  
**Fecha de aceptación:** 23-11-13 **Fecha de publicación:** 30-12-13

El objetivo de este trabajo es elaborar un análisis del comportamiento de los medios de comunicación social, frente a diversos acontecimientos políticos de la actualidad.

Sin embargo, temas de verdadera importancia y real actualidad, como las acciones de diversos gobiernos para constituir un orden social más justo e inclusivo, son tergiversados y severamente combatidos por los medios de comunicación social.

Jorge Folena

37



Por ejemplo, en Brasil, podemos mencionar las políticas para erradicar la pobreza a través de la transferencia de ingresos, puesto en marcha por los gobiernos de Luis Inácio Lula da Silva y Dilma Rousseff. El 15 de octubre de 2013, el Asociación Internacional de la Seguridad Social (AISS) ha otorgado al país el Primer Premio al Logro Sobresaliente en Seguridad Social, en reconocimiento del éxito de Bolsa Familia en la lucha contra la pobreza y la promoción de los derechos sociales de la población más vulnerable del país.

Esta importante noticia no tiene el impacto que se produce, por ejemplo, a ciertos escándalos políticos, como en el juicio de la causa judicial denominada "mensalão do PT", que se propagó por todos los actuales medios de comunicación (televisión, radio, periódicos, revistas e internet) casi veinticuatro horas al día.

Este hecho es una prueba clara de que los medios de comunicación, en Brasil, no revelan claramente los temas de verdadera importancia y relevancia para los ciudadanos.

En casi todos los países, los medios de comunicación se utilizan como un instrumento que induce el comportamiento y las tendencias en favor de grupos que representan sus intereses económicos.

En este sentido, [Tarde \(2005, p.8\)](#) manifestaba su preocupación, relacionada con la imposición por los formadores de la opinión pública del concepto de «actualidad» inculcado en la sociedad: «lo que es reputado "actualidad", ¿es solo lo que acaba de ocurrir? No, *es todo lo que inspira actualmente un interés general*, incluso cuando se trate de un hecho antiguo». (Sin cursiva en el original)

Mientras tanto, los medios de comunicación claman por el surgimiento de un «nuevo orden» social y político, siempre que no cuestione ni ponga en riesgo los valores y principios defendidos y representados por tales empresas.

En este contexto, cuando se le pregunta acerca de sus acciones y de los abusos de la concentración económica en el ejercicio de sus actividades, los medios de comunicación acusan al gobierno de practicar una dictadura.

Lo que los medios de comunicación social están haciendo es justamente lo contrario de lo que difunden, ya que buscan, estos sí, romper el orden democrático y los valores culturales de pueblos que intentan reconstruirse frente a los males del colonialismo europeo y del imperialismo americano.

A este respecto, [Galeano \(2010\)](#) nos recuerda, hace pocas décadas:

(...) era necesario prohibir las huelgas, destruir los sindicatos y los partidos, encarcelar, torturar y empequeñecer por la violencia los salarios de los operarios, de modo que pudiese ser contenida, a costo de la mayor pobreza de los pobres, el vértigo de la inflación. Una encuesta realizada en 1966 y 1967 reveló que 84 por ciento de los grandes empresarios industriales de Brasil consideraban que el gobierno de Goulart había aplicado una política económica perjudicial. Entre ellos estaban, sin duda, muchos de los grandes capitanes de la burguesía nacional en los cuales Goulart había intentado sostenerse para contener la sangría imperialista de la economía brasileña. El mismo proceso de represión y asfixia del pueblo tuvo

lugar durante el gobierno del general Juan Carlos Onganía, en Argentina; en verdad, este proceso había comenzado con la derrota peronista en 1955, así como también en Brasil se desencadenó el disparo de Vargas en 1954. La desnacionalización de la industria de México también coincidió con un endurecimiento de la política represiva del partido que monopolizaba el gobierno. (p. 299)

En la actualidad, las empresas de comunicación, de forma general, no se interesan en informar las acciones positivas de países de América Latina, como Venezuela y Bolivia, que, con la asunción de gobiernos populares, recientemente consiguieron extinguir el analfabetismo, con la cooperación internacional favorecida por Cuba. Y otros, como Nicaragua, Ecuador y Argentina parecen andar el mismo camino.

Con efecto, los medios de comunicación social actúan sin ninguna moderación, como verdaderos partidos representantes del orden liberal capitalista. Su objetivo es persuadir a la población sobre la veracidad de los acontecimientos informados, relacionados con gobiernos siempre tachados de injustos y corruptos para, de este modo, justificar los levantes y el consecuente derribo de los que contrarían los intereses de aquellas organizaciones.

Los medios de comunicación social en la actualidad expresan su contenido informativo de forma desproporcional a los ciudadanos, sin sufrir ningún control de calidad o económico, creando desorden en el cuadro político y social y actuando como verdaderas facciones. Sobre estas afirmó [Hume \(2011\)](#) que “subvierten gobiernos, hacen a las leyes impotentes y generan las más feroces animosidades entre hombres de una misma nación, que deberían ayudar y proteger unos a otros” (p. 42).

De este modo, frente al análisis de tales acontecimientos, es necesaria la intervención soberana y democrática del poder público en el control de los medios de comunicación social, ya que es notoria y exacerbada la fuerza política y económica de los grupos empresariales de comunicación, todos con el mismo origen y representando idénticos intereses, tanto en el ámbito interno como externamente.

Además, las empresas de comunicación social controlan la información por medio de poquísimas agencias de noticias, que repercuten las mismas ideas e imágenes; generan entretenimiento de masas, como revistas y tabloides sensacionalistas; y nos imponen una producción televisiva compuesta de programas que, raramente educan y, con frecuencia, desinforman.

Como afirmó [Stone \(2010\)](#), “si usted lee el periódico con atención todos los días, solo hay noticias malas, poca esperanza, y usted tiene ganas de suicidarse todos los días, si eso fuese posible” (p. 15).

En este espacio abierto, sin límites relacionados con el bienestar de la población, tenemos programas televisivos, con transmisión 24 horas, que constituyen elogio al *voyeurismo* más vulgar, al hedonismo irresponsable y al ocio de la peor especie, por ejemplo, el programa televisivo denominado “Big Brother”.

Programas de este tipo, propagados por la radiodifusión pública, que generan abundantes ingresos a las empresas emisoras, en nada contribuyen para inculcar y fortalecer en los niños, adolescentes y jóvenes los conceptos de ética, trabajo y moral.

Es indiscutible la ausencia de pluralidad de información y comunicación de calidad en las grandes organizaciones, cada vez que los ciudadanos no participan en la formación de la red de programas emitidos por estaciones de radiodifusión.

Así es necesaria la discusión acerca de la creación de órganos de reglamentación y fiscalización de las actividades económicas de comunicación social, para democratizar este segmento porque el actual Consejo de Comunicación Social (órgano auxiliar del Congreso Nacional, creado en virtud del artículo 224 de la Constitución de Brasil) es controlado por las compañías de medios, ya que muchos legisladores poseen emisoras o mantienen vínculos cerca de ellas.

Sin embargo, convivimos con el mito del regreso de la censura estatal, impulsada por las empresas de medios de comunicación, haciendo con que la gente teme a la pérdida de la libertad de expresión y el regreso de la censura que se produjo durante la dictadura militar en Brasil.

Resulta que muchas empresas de medios colaboraron con la dictadura militar (1964-1985). Recientemente reconoció al diario O Globo, que integra el grupo económico que ha beneficiado en gran medida de la concesión de la radio y la televisión durante el régimen militar en Brasil.

Actualmente, tenemos acá solamente tres periódicos más importantes (O Globo, Folha de São Paulo y el Estado de São Paulo) y sólo cinco emisoras de televisión privadas (Globo, Record, Bandeirantes, SBT y CNT) y una televisión estatal (EBC), en un país con más de doscientos millones habitantes. Además, de los mismos grupos privados que dominan las comunicaciones vía Internet.

Recuerda que la [Constitución Política](#) brasileña establece que los medios de comunicación no pueden ser objeto de monopolio u oligopolio ([art. 220, párr. 5](#)).

El artículo 174 de la Constitución de Brasil permite que el Estado, en el papel de agente normativa y en la regulación de la actividad económica, realice las funciones de inspección. Por lo tanto, es legítimo que la sociedad exija que el gobierno interfiera con estas actividades, mediante la creación de una ley.

Nótese que, en el presente, no existen las condiciones necesarias para establecer la igualdad de oportunidades y fuerzas, de forma que los gobiernos y los miembros de todas las clases sociales puedan expresar e imprimir sus pensamientos, generando, así, en la sociedad, la diversidad de opiniones e ideas, como se imagina en una democracia.

A este respecto, [Hume \(2011, p. 37\)](#) recuerda la importancia del equilibrio de fuerzas, en la política, para que ocurra la justicia, a fin de ser mantenida *“la paz y el orden para la preservación de la sociedad”*.

Ahora, ¿cómo realizar la paz y la justicia en una sociedad, cuando una determinada clase social controla exclusivamente los medios de comunicación social, por medio de oligopolios?

En efecto, al concentrar sus actividades económicas y no permitir la democratización del segmento, las empresas de comunicación social *impiden la libertad de expresión*. Sin embargo, la libertad de expresión es un derecho y como todos los derechos es limitada y debe ser ejercida desde que no interfiera en el derecho de las otras personas.

En este sentido, [Mill \(1997\)](#) defiende que:

la única finalidad que justifica la humanidad *interferir*, individual o colectivamente, *en la libertad de acción de cualquiera de sus miembros es su propia protección*. Que el único objetivo de la utilización del poder sobre cualquier miembro de la comunidad civilizada, contra su voluntad, *es para evitar que otros sean perjudicados*. [\(p. 17\)](#)

Desde esta perspectiva de protección de la sociedad, que se justifica y legitima la reglamentación del segmento de comunicación social, de modo que no solo los ricos, sino también los pobres puedan tener derecho a la real libertad de expresión y a la libre circulación del pensamiento.

La necesidad de romper este oligopolio es importante para que, como es propuesto por [Tarde \(2005\)](#) le sea asegurado al individuo el derecho de *“reflexionar en silencio sobre lo que lee y, a pesar de su pasividad habitual, podrá cambiar de periódico, hasta encontrar lo que le convenga, o que él juzgue que le convenga”* [\(p. 18\)](#). (Sin cursiva en el original) Pero, *¿cómo reflexionar y elegir cuando no existen opciones?*

De esta forma, la libertad de prensa solamente será plena si toda la sociedad se siente representada en este medio, lo cual es vital en la equidad de fuerzas.

En su intento de defensa, las empresas de comunicación social brasileñas alegan que cualquier reglamentación en el sector constituirá una “mordaza”, que les impedirá manifestarse. En cuanto a las proposiciones estatales de reglamentación social y económica de los medios, vale destacar que ellas buscan prohibir exactamente la restricción a la manifestación del pensamiento, a la creación, a la expresión y a la información, que no puede ser practicada por nadie, ya sea por agentes del Estado o particulares, y mucho menos por las empresas del segmento de comunicación, que actúan también en actividades públicas de radiodifusión, por medio de concesión pública.

Cuando se prohíbe toda y cualquier censura de naturaleza política, ideológica y artística, *no significa decir que la iniciativa privada tenga la flexibilidad de hacer lo que entienda por bien*, no pudiendo distorsionar, limitar ni restringir la noticia, que debe siempre, única y objetivamente, reflejar la verdad en la exacta acepción del término.

A este respecto, [Mill \(1997\)](#) expone que:

La unanimidad de opinión no sea deseable a no ser que resulte de la más absoluta y libre comparación de opiniones contrarias, y que la diversidad no es un mal, sino un bien, hasta los hombres son mucho más capaces de reconocer todos los lados de la verdad. [\(p. 59\)](#) (Sin destacar en el original)

Por otra parte, la comunicación social no está restringida a la noticia, ya que produce toda una gama de manifestaciones capaces de alcanzar valores culturales, morales, sociales y de la familia, siendo legítima, así, cualquier restricción para acciones empresariales que resulten perjuicio a la sociedad, como es resaltado por [Mill \(1979, p. 17\)](#).

Destáquese que la garantía de la libre iniciativa no constituye un obstáculo para que el Estado pueda reglamentar y fiscalizar las actividades económicas, especialmente las de carácter público, como la comunicación social, estando prohibida la concentración económica en este segmento por medio de un oligopolio, como ocurre en la práctica.

En este punto, es importante el registro hecho por [Pereira \(1963\)](#):

Los constituyentes de 1946 reconocieron que la prensa es uno de los más importantes poderes de la República. En realidad, el país que domine la prensa de otro tiene el control sobre la opinión pública, porque si el pueblo fuera equivocadamente informado por la radio, por las revistas y periódicos, hará sus evaluaciones también equivocadamente, debido a que el poder de adivinar no existe. Dificultando el acceso a fuentes exactas, hará, evidentemente, disminuir el número de las personas perfectamente informadas. [\(p. 109\)](#)

En efecto, cuando se trata de prestación de servicio público, la constitución de Brasil establece que corresponde directamente al poder público, en primer plano, desarrollar la actividad o, entonces, consentir que el sector privado pueda explotarla por medio de concesión o permiso, por ejemplo, de lo que ocurre con las empresas de radiodifusión.

Por tratarse de una actividad de interés de la colectividad, le es legítimo al poder público reglamentar y fiscalizar a las mencionadas actividades, frente a los abusos practicados contra la sociedad, de modo que asegurar la libertad de expresión, a fin de que el segmento sea democratizado, para asegurar plenamente la manifestación de opinión de todos los grupos sociales.

Por lo tanto, la propuesta de la creación de un nuevo y democrático Consejo de Comunicación Social en Brasil no significa el retorno de la censura ni representa ninguna «mordaza», como alegan los controladores de los medios, sino que atiende a la necesidad de reglamentarse y fiscalizar una actividad económica de relevante interés público, en la defensa de la verdadera libertad de expresión y pensamiento.

## Referencias

Constituição federal. (1988). Brasil.

Galeano, E. (2010). *As veias abertas da América Latina*. Porto alegre: L&PM Editores. Recuperado de [http://www.lpm.com.br/site/default.asp?Template=../livros/layout\\_produto.asp&CategorialD=829190&ID=945162](http://www.lpm.com.br/site/default.asp?Template=../livros/layout_produto.asp&CategorialD=829190&ID=945162)

Hume, D. (2009). *A arte de escrever ensaio*. São Paulo: Iluminuras. Recuperado de <http://www.iluminuras.com.br/v1/verdetalheslivros.asp?cod=446>

- Mill, J. S. (1997). *Sobre a liberdade*. Portugal: Publicações Europa-América. Recuperado de [http://www.europa-america.pt/product\\_info.php?products\\_id=3552](http://www.europa-america.pt/product_info.php?products_id=3552)
- Pereira, O. D. (1963). *quem faz as leis no brasil* (3ª ed.). Rio de janeiro: Civilizações Brasileiras. ([Ir a libro](#)).
- Stone, O. (2010). "O jogo de oliver". *Entrevista à versus, Revista de Ciências Sociais Aplicadas do ccje/ufrrj*, 2(5), 10-17 .
- Tarde, G. (2005). *A Opinião e as Massas* (2ª ed.). São Paulo: Martins Fontes. Recuperado de <http://www.wmfmartinsfontes.com.br/produto/835-opiniao-e-as-massas-a>

