

ECUADOR

Debate

CONSEJO EDITORIAL

José Sánchez-Parga, Alberto Acosta, José Laso Ribadeneira,
Simón Espinosa, Diego Cornejo Menacho, Manuel Chiriboga,
Fredy Rivera, Jaime Borja Torres, Marco Romero.

DIRECTOR

Francisco Rhon Dávila
Director Ejecutivo CAAP

EDITOR

Fredy Rivera Vélez

ECUADOR DEBATE

Es una publicación periódica del **Centro Andino de Acción Popular CAAP**, que aparece tres veces al año. La información que se publica es canalizada por los miembros del Consejo Editorial. Las opiniones y comentarios expresados en nuestras páginas son de exclusiva responsabilidad de quien los suscribe y no, necesariamente, de ECUADOR DEBATE.

SUSCRIPCIONES

Valor anual, tres números:

EXTERIOR: US\$. 30

ECUADOR: S/. 110.000

EJEMPLAR SUELTO: EXTERIOR US\$. 10

EJEMPLAR SUELTO: ECUADOR S/. 40.000

ECUADOR DEBATE

Apartado Aéreo 17-15-173 B, Quito - Ecuador

Fax: (593-2) 568452

e-mail: Caap1@Caap.org.ec

Redacción: Diego Martín de Utreras 733 y Selva Alegre, Quito.

Se autoriza la reproducción total y parcial de nuestra información, siempre y cuando se cite expresamente como fuente a ECUADOR DEBATE.

PORTADA

Magenta Diseño Gráfico

DIAGRAMACION

Martha Vinuesa

IMPRESION

Albazul Offset

M. J. J. J.

ECUADOR DEBATE

49

Quito-Ecuador, abril del 2000

PRESENTACION / 3-5

COYUNTURA

Nacional: La crisis económica y el "gran salto al vacío" de la dolarización / 7-24
Wilma Salgado

¿Dolarización: Vacuna para la hiperinflación? / 25-42

Alberto Acosta y Jürgen Schuldt

Política: ¿Y después de la insurrección qué...? / 43-56

Fernando Bustamante

Ecuador, enero 21, de la movilización indígena al golpe militar / 57-62

Equipo Coyuntura CAAP

El salto al vacío y el asalto al cielo. Reflexión sobre los acontecimientos del viernes 21 y sábado 22 de enero del 2000 / 63-78

Jorge Dávila Loo

Conflictividad socio-política: Noviembre 1999-Febrero 2000 / 79-88

Internacional: Incertidumbre y fragilidad caracterizan a la economía mundial / 89-98

Marco Romero C.

El plan Colombia: El escalamiento del conflicto social y armado / 99-116

Piedad Córdoba Ruiz

TEMA CENTRAL

Los medios masivos de comunicación social, el populismo y la crisis de la democracia / 117-138

Carlos de la Torre

Medios, imágenes y los significados políticos de "machismo" / 139-164

Xavier Andrade

El liderazgo menemista, los massmedia y las instituciones / 165-204

Marcos Novaro

Telenovelas, política e identidad nacional en Brasil / 205-234

Mauro P. Porto

Intereses privados vs bienes públicos. El problema de los oligopolios de los medios de comunicación para la teoría democrática en los Estados Unidos / 235-266

Brett Gary. Traducción Leonard Field

DEBATE AGRARIO

¿Gestión ambiental y construcción de nuevos sujetos sociales en América Latina? / 267-298

Danú A. Fabre Platas

Desarrollo, conocimiento y participación en la comunidad andina / 299-332

Víctor Alejandro Campaña

ANALISIS

La complejidad de la violencia en el aula / 333-352

Freddy Alvarez

¿Cuándo finalizará la transición democrática en la América Hispánica? / 353-372

Angel Rodríguez Kauth

CRITICA BIBLIOGRAFICA

Las crisis del presidencialismo / 373-384

Juan Linz y Arturo Valenzuela (compiladores)

Santiago C. Leiras

Intereses privados vs bienes públicos. El problema de los oligopolios de los medios de comunicación para la teoría democrática en los Estados Unidos

Brett Gary*

*La ola de fusiones en la industria de la telecomunicación en los Estados Unidos en los años 90 ha provocado urgentes advertencias de la izquierda académica y periodística. Recordando las preocupaciones de la última parte del siglo 19 con respecto al crecimiento de los monopolios y oligopolios en las industrias pesadas del acero, del petróleo, del cobre y de los ferrocarriles, la prensa liberal de izquierda en los EEUU ha caracterizado las nuevas formaciones de las industrias de las telecomunicaciones y entretenimiento como bestias enormes y amenazantes. La revista *The Nation*, que ha publicado una serie de ediciones especiales en torno a las consolidaciones en la industria del entretenimiento, ha apodado a las entidades corporativas interconectadas "El Estado de Entretenimiento Nacional" —recordando a la presencia durante la Guerra Fría— del "estado de seguridad nacional" que se caracterizó por restringir las libertades públicas.*

En un número de junio de 1996, *The Nation* dibujó gráficamente a General Electric, Westinghouse, Time Warner y Disney/Capital Cities, como pulpos de tentáculos largos cuyo control de las tecnologías de la comunicaciones, la televisión,

la radio, las películas, y las industrias de publicación de periódicos, revistas y libros, podrá cerrar el paso a la llegada de aires renovadores indispensables para el cuestionamiento crítico y el debate democrático¹. Un artículo paralelo en el *Village Voice* titulado "Las Consolida-

* Department of History, Drew University. Traducción del presente artículo por Leonard Field.

1 Véase el número "The National Entertainment State" de *The Nation*, 3 de junio 1996, pp 10-34, editado por Mark Crispin Miller. Las referencias subsiguientes a este número se indicarán en el texto. Véase también, "The Crushing Power of Big Publishing: The National Entertainment State II," *The Nation*, 17 de marzo 1997 pp 11-34, editado por Mark Crispin Miller. Este número analiza los patrones de propiedad en la industria editorial.

ciones Excesivas – Cuando los Grandes Medios Crecen Demasiado, ¿Qué Ocurre con el Debate Abierto?” formuló preguntas similares y también graficó el alcance vasto de los imperios de Time Warner/Turner, Viacom y Disney/Capital Cities/ABC². Un artículo de octubre 1997 en *The New Yorker* por el veterano del análisis de los medios de comunicación, Ken Auletta, ubica los mismos patrones de propiedad, sino que en esta instancia se dibujan a los oligopolios como arañas hilando telas elaboradísimas de control de los sistemas de producción y de distribución³.

En respuesta a estos peligros paralizantes y asfixiantes, los académicos críticos, y aún algunos periodistas del “establishment” han sacado su voz, por escrito, en el circuito de conferencias, y a través de la organi-

zación de varios Congresos sobre Medios y Democracia, para advertir que el futuro del debate público, de la democracia norteamericana, y del bienestar intelectual de los consumidores del mundo está comprometido cuando la diseminación de información está casi exclusivamente sujeta a las demandas de ganancia de los conglomerados de la comunicación y de sus accionistas⁴. Esto, argumentan los críticos, es especialmente el caso cuando el contenido editorial de los periódicos, las revistas y los programas de noticias de la televisión, es separado de la generación de las noticias y cae bajo el control de los contadores y ejecutivos de marketing que ni tienen experiencia previa ni un compromiso para con los conceptos de integridad periodística o con la idea de una responsabilidad de los me-

2 James Ledbetter, “Merge Overkill: When Media Gets Too Big, What Happens to Open Debate?” *The Village Voice* 16 de enero 1996, pp 30-35 “la guía de los medios globales para recortar y guardar” en el número titulado “Surrender! Give Up! Lay Down Your Weapons! Hail Caesar!” p. 31, fue publicado originalmente en el número de diciembre 1995/enero 1996 de *Might* una revista bi-mensual de San Francisco.

3 Ken Auletta, “Annals of Communication” *The New Yorker*, 3 de octubre 1997, pp 42-46; Auletta, “Fourteen Truisms for the Communications Revolution,” *Media Studies Journal: Media Mergers*, Primavera/Verano 1996, vol.10, números 2-3, pp 29-38.

4 Para ejemplos de periodistas dentro de la corriente principal advirtiendo estos cambios, véase Richard Cohen, “The Corporate takeover of News: Blunting the Swords” en Erik Barrow et al, *Conglomerates and the Media*, New York: New Press, 1997, pp. 31-60; véase también, Gene Roberts, “Conglomerates and Newspapers” en Barrow et al. Pp. 61-72.

dios al público. En general, muchos críticos de los conglomerados argumentan que estamos entrando en un período de crisis para el público moderno, cuyo conocimiento con respecto a sus propios intereses es severamente restringido por el énfasis en la ganancia privada como el principal deber (y único) de las corporaciones. Es más, los consumidores del mundo se empobrecerán como ciudadanos y consumidores, mal informados, sin formación política y aburridos por unas fórmulas predecibles de entretenimiento.

A pesar de las afirmaciones de júbilo de los defensores de la industria de los medios de comunicación, que nunca antes ha tenido tanta gente un acceso a gran variedad en sus fuentes de noticias y de entretenimiento (una defensa que a primera vista parece fundamentada), una revisión de artículos críticos en *The Nation*, *New Yorker* y el *Village Voi-*

ce demuestra que no todo está bien. Es impresionante el poder de un puñado de corporaciones que controlan todas las dimensiones del entretenimiento y las noticias: desde revistas, editoriales de libros, periódicos, cadenas y programación de radio, cadenas de televisión, compañías de producción para televisión, la producción de programas de noticias, la programación de TV por cable, las emisoras urbanas de televisión y la producción de videos, a la industria de música, parques de diversión, tecnologías electrónicas y digitales, hasta las industrias de comercialización y financieras. Las capacidades de desarrollar, producir, distribuir, promocionar, interpretar y celebrar sus propios bienes son verdaderamente asombrosas. También es asombrosa la riqueza asegurada por estas capacidades. Y también la son las barreras a la entrada de otros en estos negocios⁵.

5 Muchos analistas y críticos han registrado y comentado este fenómeno. Véase especialmente Robert W. McChesney, *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*, University of Illinois Press, 1999; Robert W. McChesney, Ellen Meiksins Wood, y John Bellamy Foster, eds., *Capitalism and the Information Age: The Political Economy of the Global Communication Revolution*, New York: Monthly Review Press, 1998; Herbert I. Schiller, *Information Inequality: The Deepening Social Crisis in America*, New York, London: Routledge, 1996; Todd Gitlin, "Not So Fast," *Media Studies Journal: Media Mergers*, Primavera/Verano 1996, vol. 10, números 2-3, pp.1-6; ; Leo Bogart, "What Does It All Mean?" *ibid* pp.15-28; y Mark Crispin Miller, "The Publishing Industry" en Erik Barrow et al, *Conglomerates and the Media*, New York: New Press, 1997, pp.107-134.

Pese a las amenazas significativas a ciudadanos y consumidores, las soluciones parecen, en el mejor de los casos, insuficientes. Reivindicar la propiedad pública de las frecuencias a través de remates públicos de espacios y aumentar los impuestos, acciones que han sido propuestas por algunos críticos, dan la impresión de que no van a ningún lado. Los requerimientos para obtener licencias son cada vez menos exigentes en una época de desregulaciones y, a pesar de aberraciones como la investigada por el Departamento de Justicia de los Estados Unidos sobre la posición monopólica y de las prácticas anti-competitivas de Microsoft Corporation, la posibilidad de revitalizar las leyes anti-monopólicas para interferir con las uniones de las corporaciones parece muy poco posible, sobre todo si el objetivo es mejorar el debate público. De hecho, los esfuerzos legislativos federales recientes para regular los asuntos de las telecomu-

nunicaciones han resultado en una licencia aún más abierta a las consolidaciones y en una disminución de las obligaciones de la industria con respecto a las necesidades de un público diverso⁶. Debido a que no existe un interés del Estado por limitar las estrategias de ganar mercados de las multinacionales estadounidenses, mi propósito en este artículo no es ni proponer ni debatir estrategias legislativas.

Me propongo, más bien, ampliar la comprensión histórica de estos problemas a través de una nueva examinación de los debates contemporáneos y anteriores entre los intelectuales liberales de los Estados Unidos en torno a los oligopolios de los medios y de sus responsabilidades ante el público. En la búsqueda de un argumento con respecto a las obligaciones éticas y morales desde las cuales se puede formular reivindicaciones en torno a las responsabilidades corporativas, creo que es fructífero revisar el trabajo de la Co-

6 Para una evaluación sobre los efectos en la industria que se ha logrado el paso del Acta de Telecomunicaciones de 1996, y a través de la legislación federal en general, véase Robert W. McChesney, *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*, University of Illinois Press, 1999. Véase también, Patricia Aufderheide, "Telecommunications and the Public Interest," en Erik Barrow et al, *Conglomerates and the Media*, New York: New Press, 1997, pp.157-172.

misión de la Libertad de la Prensa (posteriormente referida como la CLP o la Comisión), una comisión no-gubernamental constituida por intelectuales importantes a finales de la segunda Guerra Mundial (1944-1947) para examinar el estado de la prensa libre en los Estados Unidos en una época de una creciente consolidación de los medios y de una expansión de las actividades del gobierno en las actividades de propaganda y censura.

En nuestro contexto contemporáneo, en el cual la retórica del interés privado y del dominio del mercado ignora cualquiera noción de una obligación democrática, la visión de la Comisión de la teoría democrática sobre la importancia del público, su interpretación de los derechos y obligaciones de la libertad de expresión incorporados en la Primera Enmienda a la Constitución de los Estados Unidos, y su propia retórica en torno a la responsabilidad pública, pueden ser útiles para una discusión que requiere de fundamentación histórica y una articulación clara de la idea que los mercados libres no necesariamente garantizan ni la existencia de bienes públicos útiles ni el bien público.

Es llamativo que hace cincuenta años la Comisión de la Libertad de Prensa dijo todas las cosas que hoy se está diciendo, y con la misma urgencia. Presidida por Robert Maynard Hutchins, de la Universidad de Chicago, pero dirigida por su vicepresidente, el profesor de derecho de la Universidad de Harvard, Zechariah Chafee Jr, una autoridad reconocida por sus conocimientos sobre la Primera Enmienda, la CLP fue también dinamizada por los argumentos del filósofo de Harvard, William Ernest Hocking. La Comisión (también conocida como la Comisión Hutchins) aglutinó a muchos de los principales intelectuales del período, la mayoría de quienes apoyaron la versión de Franklin D. Roosevelt del liberalismo del Nuevo Trato y su concepción de los intelectuales como agentes de reforma. La membresía incluyó el poeta, dramaturgo y propagandista de la guerra, Archibald Macleish; los científicos políticos (y especialistas en propaganda) Charles Merriam y Harold Lasswell; el historiador Arthur Schlesinger; el teólogo Reinhold Niebuhr; el antropólogo Robert Redfield; Beardley Ruml, el presidente del Banco Federal de Reserva de

Nueva York, y, entre otros, al documentalista canadiense, John Grierson. Los archivos de la Comisión ofrecen una ventana a las tensiones al final de la guerra dentro de la cultura intelectual de los liberales americanos, sobre todo en torno a temas tales como el conflicto entre los principios de la libertad civil y el estado moderno de seguridad nacional. Los archivos también demuestran que, a pesar de la participación activa de los miembros de la Comisión en actividades relacionadas con la propaganda durante la guerra, la mayoría de ellos resistieron una expansión del control gubernamental sobre el contenido y la distribución de los medios de comunicación. Lo más importante es que los archivos revelan la creciente ansiedad de la intelectualidad liberal formada en las publicaciones impresas frente al crecimiento de las industrias de la comunicación masi-

va que podían formar la opinión pública y dirigir la atención pública con imágenes, sonidos y películas con una capacidad que pareció enorme y preocupante a esos hombres de acción que vivieron este fenómeno desde los libros. Es indicativo que para ese grupo de hombres, la mayoría de quienes se habían involucrado en la propaganda de la guerra, tanto promocionando la causa de los Estados Unidos cuanto intentando reducir el impacto de la propaganda Fascista, la mayor amenaza para la democracia estadounidense de la pos-guerra no era ni la existencia de fuerzas totalitarias internas o externas, ni el Estado engrasado y cada vez más orientado a la vigilancia, sino la creciente monopolización y oligopolización de las industrias estadounidenses de noticias y entretenimiento⁷.

Financiada por el dueño de editoriales Henry Luce, a quién no se le

7 Para un estudio de las tensiones entre los intelectuales estadounidenses del periodo de la segunda Guerra mundial en torno a cuestiones de propaganda y censura, véase Brett Gary, *The nervous Liberals: Propaganda Anxieties from WW1 to the Cold War*, Columbia University Press, 1999. Para el estudio actual, he empezado a revisar sistemáticamente los archivos de la Comisión, disponibles en los Documentos de Zechariah Chafee, Jr., en los Archivos de Brown University, Providence, Rhode Island, a más de los documentos de Zechariah Chafee en los Archivos de Harvard University Law School, Cambridge, Massachusetts.

permitió asistir a las reuniones y quien posteriormente denunció la Comisión por sus conclusiones críticas, la Comisión se organizó en torno a los mismos temas que preocupan a los críticos contemporáneos; esto es: la propiedad privada de los medios de comunicación, la oligopolización, las necesidades públicas no satisfechas, y la regulación gubernamental. La comisión se reunió diecinueve veces en un período de varios años, entrevistó a docenas de expertos de dentro y fuera de la industria, preparó e intercambió comentarios de miles de páginas de documentos y, en 1947, bajo la imprenta de la Universidad de Chicago, publicó varios volúmenes sobre

los fracasos de la industria de la información bajo propiedad privada en no satisfacer las necesidades de los ciudadanos y de los consumidores⁸.

Los informes se encontraron inmediatamente con la oposición furibunda de Henry Luce, y en el clima cada vez más duro de la guerra fría en 1947, las ideas supuestamente de izquierda de la Comisión fueron denunciadas por los medios privados por ser excesivamente críticas del capitalismo, demandantes a la industria y sobre-preocupadas por las necesidades del público⁹. En consecuencia, el trabajo de la Comisión fue ignorado por muchos y, aunque su teoría de responsabilidad

-
- 8 Los informes oficiales de la CLP incluyen: *A Free and Responsible Press: A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radios, Motion Pictures, Magazines, and Books*, por la Commission on Freedom of the Press, con un prefacio por Robert M. Hutchins, University of Chicago Press, 1947; Zechariah Chafee, Jr., *Government and Mass Communication* 2 vols, University of Chicago Press, 1947; William Ernest Hocking, *Freedom of the Press: A Framework of Principle*, University of Chicago Press, 1947; Llewellyn White and Robert Leigh, *Peoples Speaking to Peoples*, University of Chicago Press, 1947; Ruth A. Inglis, *Freedom of the Movies*, University of Chicago Press, 1947; Llewellyn White, *The American Radio*, University of Chicago Press, 1947; y Milton D. Stewart, *The American Press and the San Francisco Conference*, University of Chicago Press, 1947;
- 9 Para algunos estudios del trabajo de la Comisión que incluyen las reacciones de la prensa a las advertencias de la CLP, véase Margaret Blanchard, "The Hutchins Commission, The Press and the Responsibility Concept," *Journalism Monographs* No. 49, mayo 197(sic); Jerilyn S. McIntyre, "Repositioning a Landmark: The Hutchins Commission and the Freedom of the Press," *Critical Studies in mass Communication*, Vol 4, 1987, pp. 136-160. Véase también, Fred Siebert, et al., *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, 1957.

social llegó con el tiempo a ser enseñado en la mayoría de las escuelas de periodismo, fue dejada a un lado la contribución potencialmente más grande de la Comisión, esto es la noción de la economía moral de la información en sistemas políticos y económicos dominados por el mercado. Su retórica de responsabilidad social que debió haber sido central al discurso liberal de la posguerra fue totalmente sub-utilizado, por decir lo menos. En su lugar, el paradigma dominante en la cultura intelectual liberal fue fundado en la tesis anti-democrática de la "sociedad de masas", se enfocó en la supuesta incapacidad del público en la época de los medios masivos y no en la deficiencia corporativa de servir las necesidades de un público competente¹⁰.

La Comisión dejó una reserva de ideas y discursos en torno a las obligaciones de la prensa privada en una democracia, y estas ideas y lenguaje del deber moral pueden servir a los críticos contemporá-

neos, sobre todo la idea que la prensa no tiene el derecho de fallar ante el interés público, y la noción concomitante que la libertad de servir el público es previa a (y garantiza) los derechos de libertad de prensa frente a la intervención del gobierno. Esta posición, como ha escrito el estudioso de comunicaciones John Nerone, desplaza el enfoque dentro del liberalismo de los derechos individuales a los derechos de la comunidad, un desplazamiento que podría tener el efecto saludable de reducir todas las reivindicaciones a los derechos económicos y reenfocar algunas de estas reivindicaciones a los temas de la ciudadanía y de las obligaciones¹¹.

Los Críticos de Hoy

Una mirada a la retórica de los críticos contemporáneos ilustra, primero, la naturaleza de las preocupaciones y segundo, las continuidades de éstas entre la mitad de la década de los 40 y los últimos años de los 90. Los críticos de hoy ofrecen

10 Para una discusión de la teoría de la sociedad de masas y la equivocada dirección en los estudios sobre la cultura liberal estadounidense después de la guerra, véase Brett Gary, *The Nervous Liberals*, especialmente la introducción y el epílogo.

11 John C. Nerone, ed., *Last Rights: Revisiting Four Theories of the Press*, University of Chicago Press, 1995.

una letanía de quejas agrupadas en tres temas principales. Primero, argumentan que los imperativos del mercado han hecho proliferar los bienes de entretenimiento pero han reducido el "espacio del intercambio de ideas", haciendo que esta metáfora sea menos útil hoy como fundamento para la defensa de las posiciones tradicionales en la cultura política y legal de los Estados Unidos a favor de la libertad de expresión, y haciendo que el espacio actual de intercambio de ideas sea superficial y poco exigente. Además los criterios del mercado empujan hacia el margen las preguntas sobre la política y la economía política de las configuraciones de la propiedad de los medios de comunicación. El resultado es que el lado político del público, y el lado público del individuo, no reciben estimulación, son malinformados y malnutridos. Como un ejemplo de este proceso, Ben Bagdikian, autor de *Media Monopoly*, sugiere que los materiales más básicos del discurso democrático – es decir, el conocimiento local de los intereses económicos y del poder locales – están cada vez más ausentes del contenido noticioso que dan los imperios que dominan la in-

dustria periodística estadounidense. Si bien eso de comerse los pequeños diarios locales constituye una racionalización económica y ha logrado dar buenos réditos a las compañías madres, los ciudadanos de comunidades locales servidos por los periódicos apropiados por las cadenas sufren directamente. Periódicos independientes compitiendo entre sí son aplastados por los periódicos de las cadenas; los diversos puntos de vista con respecto a asuntos locales desaparecen y, las cadenas ofrecen las opiniones de los columnistas sindicados en lugar de información en torno a la política y la economía a nivel local. No son examinados o confrontados los intereses económicos locales –generalmente la fuente de los ingresos que perciben los periódicos por el alquiler de espacios para anuncios comerciales. Como argumenta Bagdikian, los instrumentos de comunicación necesarios para la democracia ahora ignoran precisamente aquellas cuestiones en torno a las cuales se forman los públicos. En lugar de un sustento nutritivo, los consumidores reciben chismes de las celebridades y otras ligerezas, y no

se constituyen en públicos politizados.¹²

El segundo tema reiterado por los críticos contemporáneos (y es un producto del primero) es que el interés público ha sido dejado completamente de lado en esta serie rápida de fusiones entre los medios. Los intereses privados no sirven al bien público porque no hay una idea del bien público incorporado en los imperativos del mercado. Como Bagdikian y muchos otros han indicado, el mercado no tiene una concepción del público como tal, solamente como mercados objetivos, como consumidores y como individuos privados interesados en gratificar sus necesidades particulares con el consumo, pero no los concibe como ciudadanos políticos. Y cuando supuestamente el mayor número de opciones de bienes disponibles a los consumidores es mayormente lo mismo, sobre todo en términos ideológicos y narrativos, entonces las variedades reales de las opciones parecen, en esen-

cia, limitadas.¹³ (Esto no lo puede negar nadie que ha "surfeado" la oferta común de los canales de la televisión estadounidense por cable en cualquier noche del año, en búsqueda de algún contenido intelectual o ideológicamente estimulante).

El tercer tema, es que cuando se trata de temas de economía política en los medios de comunicación, se los maneja esencialmente desde un solo punto de vista político: la perspectiva del libre mercado. Esta exclusión de una multiplicidad de puntos de vista no solamente restringe el rango legítimo de discusión (no hay casi ningún espacio en los principales medios televisivos, por ejemplo, en el que se puede articular y examinar críticas desde perspectivas de izquierda o feministas o de críticos del racismo). En consecuencia, no hay casi ninguna discusión crítica de la relación entre el poder político y la función de "cuidar las fronteras" de las ideas políticas y culturales ejercida por los me-

12 Bagdikian, Ben H., *The Media Monopoly*, 4ta edición, Boston: Beacon Press, 1992

13 Para dos declaraciones muy claras en torno a este problema, véase Herbert I. Schiller, *Culture Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, New York: Oxford University Press, 1989; y Robert W. McChesney, *Corporate Media and the Threat to Democracy*, The Open Media Pamphlet Series, New York: Seven Stories Press, 1997

dios corporativos cada vez más interconectados porque estas preguntas nunca llegan a ser parte de la agenda política a la que los medios corporativos se dirigen.¹⁴

Una mirada al número especial "El Estado de Entretenimiento Nacional" de la revista *The Nation* reafirma la regularidad con la que los críticos expresan estos tres temas principales de la falla del mercado, la ausencia de la idea de la responsabilidad al público, y la ausencia de una multiplicidad de perspectivas en cuestiones claves. Al introducir el número de junio 1996, Mark Crispin Miller, un profesor de estudios de los medios de la Universidad de Nueva York, argumenta que: "Lo que tenemos ahora es una cultura agarrada en cada sector por una convergencia cada vez más estrecha de corporaciones globales cuyos administradores no creen en nada salvo en el mercado über

alles." Continúa diciendo (hiperbólicamente, por lo menos desde la perspectiva histórica de la Comisión de la Libertad de Prensa) que "Nuestro problema no tiene precedente, porque lo que se monopoliza hoy no es un simple producto básico, como carne de res o petróleo, sino los mismos medios por los cuales el problema podría solucionarse".¹⁵ El académico de la Universidad de Temple, Nolan Bowie, nos dice que "Una concentración indebida de los medios borra la noción que hay un espacio de oferta de ideas donde diferentes puntos de vista, perspectivas, opiniones y formas de hacer las cosas en efecto compiten por la atención del público en la búsqueda de la verdad". Para Bowie, esto afecta la manera en que se moviliza la opinión pública y en la que los ciudadanos están capacitados para "tomar decisiones informadas".¹⁶ Aún el más respetable

-
- 14 Véase Schiller, *Culture Inc.* y Schiller, *Information Inequality: The Deepening Social crisis in America*, New York, London: Routledge, 1996
- 15 Mark Crispin Miller, "Free the Media," *The Nation*, 3 de junio 1996, pp. 9-15. Con la excepción del ensayo titulado de Miller, los ensayos breves y sin títulos de docenas de diferentes críticos constituyen el texto principal del número "The National Entertainment State" bajo la referencia "On That Chart" (refiriéndose al mapa de los patrones de propiedad de los medios). Todas las referencias subsiguientes a *The Nation* son del número de 3 de junio 1996.
- 16 Nolan Bowie, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 20.

do de los periodistas norteamericanos de televisión, Walter Cronkite, se suma para afirmar que los medios corporativos han fallado en su deber de sostener la responsabilidad pública. Empezando con el argumento ampliamente acordado que la actitud responsable de una prensa libre es el fundamento de la democracia, él también argumenta que la información pública "no debe ser tratada de la misma manera como la manufactura de imperdibles o de autos". Para Cronkite, "el fondo real" es que la industria privada continuará y debe continuar siendo la fuente de los materiales vitales para la deliberación del público, pero el público debe ser una responsabilidad mayor que la de satisfacer "una bolsa de valores insaciable".¹⁷

Dentro de esta letanía, dos ideas principales se destacan. Primero que los imperativos del mercado están reduciendo el espacio de oferta de ideas. Segundo, y más importante por lo menos para este ensayo (porque resultó ser la preocupación primordial de la Comisión), que la responsabilidad para

con el público ha sido ignorada casi por completo por parte de los medios privados empujados por la ganancia económica. Como sugiere Andrew Jay Schwartzman, "el futuro de la democracia depende de la libertad en el espacio de oferta de ideas" sin embargo el cartel de los medios hace daño a todos por el hecho que no paga nada por las bandas que son de propiedad pública, no ofrece nada "en el interés público" y ofende nuestros gustos, con lo cual permite que los conservadores culturales exploten la cuestión del "mal gusto" sin confrontar las cuestiones económicas de fondo que están atrás de los patrones de propiedad de los medios.¹⁸ A esta cuestión de la degradación cultural, Mark Crispin Miller añade que "Donde solamente unas pocas entidades gigantescas compiten, cada vez más intensamente, por los mismos grandes bloques de clientes, y donde a los jugadores más pequeños no se les permite variar la oferta, lo que aparece en las pantallas y en los estantes necesariamente habrá sido preparado para atraer lo

17 Walter Cronkite, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 22.

18 Andrew Jay Schwartzman, *The Nation*, 3 de junio 1996, pp. 19-20

peor en nosotros.”¹⁹ George Gerbner, una autoridad en violencia en los medios, argumenta que un producto tan lleno de violencia invariablemente produce una actitud temerosa, punitiva y políticamente conservadora, y por lo mismo, reproduce el status quo político.

Para muchos de los más conocidos críticos de la izquierda liberal que escriben regularmente sobre cuestiones de propiedad política y discurso político, como Noam Chomsky y Ed Hermann, Herb Schiller, Robert McChesney, Ben Bagdikian, y otros, la responsabilidad para con el público es especialmente afectada porque el lado público, generalmente subdesarrollado, del individuo (el lado potencialmente político) es ignorado por las fuerzas económicas que producen una dieta para el mínimo denominador común y que no toman en cuenta múltiples y significativos puntos de vista en torno a cuestiones políticas. Herb Schiller, entre otros, argumenta que este fortalecimiento de un

status quo conservador es el resultado del mismo tamaño de las organizaciones que necesitan sostener su participación en el mercado y mantener contentos a los anunciadores comerciales. Ellas crean, como escribe Schiller en *Culture, Inc.*, un espacio cerrado en el cual solamente ciertos tipos de discurso político puede ocurrir.²⁰ El escribe en otra parte que sufrimos de la “conciencia empacada” producida por el “producto cultural liso y uni-dimensional” hecho por los goliats “siempre en expansión” del negocio de los mensajes y las imágenes. (El tamaño y la escala son causales omnipresentes en esta letanía sobre el malogro de los carteles de los medios para servir los intereses del público), Reiterando la idea del espacio cerrado, Schiller argumenta que “Complejos colosales de entretenimiento e información ejercen un control unificado casi sin fraccionamiento, sobre lo que pensamos y, de qué pensamos”. Como resultado, “el ambiente simbólico nacional ha

19 Miller, ob. cit. pp. 11-12

20 Véase Herbert I. Schiller, *Culture Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*, New York: Oxford University Press, 1989; y Schiller, *Information Inequality: The Deepening Social crisis in America*, New York, London: Routledge, 1996.

sido apropiado por unos pocos gigantes del negocio de la conciencia".²¹

En el fondo, la mayoría de las preocupaciones con respecto a la responsabilidad al público descansa sobre cinco premisas fundamentales e interrelacionadas con respecto a los nexos entre la información y el público en la teoría democrática liberal. La primera premisa es que la información no es una mera mercancía como otras (petróleo, acero, carne de choncho) a ser comprado y vendido sin considerar las consecuencias para el público. James Fallows, periodista y ex-editor del *US News & World Report* argumenta que el problema con la fusión de los medios de comunicación es que esta otrora acordada diferencia ha sido borrada dentro de los conglomerados, en la medida en la que los departamentos de noticias han sido convertidos simplemente en unas divisiones corporativas más, que deben generar ganancias: "El periodismo siempre ha sido un negocio, pero hasta ahora ha sido protegido de la presión sin descanso de generar

ingresos que afecta a las grandes corporaciones cuyas acciones son negociadas públicamente. Hasta hace una década más o menos, no habíamos experimentado las noticias como un esfuerzo principalmente corporativo". El esmero de convertir noticias en ganancia ha resultado en esfuerzos de reducir los costos (eliminando agencias en otros países entre otras estrategias miopes) y concentrando "los recursos financieros restantes en estrellas que pueden captar temporalmente el interés de la audiencia".²²

La segunda premisa básica es que la información y el debate en torno a intereses públicos son necesarios para que el público pueda determinar las políticas que satisfacen sus necesidades. En la teoría democrática tradicional, la información limpia es un requisito para el debate iluminado y racional, y este debate es un requisito de la vida democrática. Cuando existen límites a la información —por el costo de acceder a ella, o porque se definen unos asuntos como dignos de consideración y se excluyen otros totalmente

21 Herbert I. Schiller, *The Nation*, 3 de junio 1996, pp16, 18.

22 James Fallows, *The Nation*, 3 de junio 1996, pp. 15-16

del debate público— entonces la discusión pública ilustrada y el conocimiento de los intereses propios son casi imposibles. La esfera pública en nuestro ambiente contemporáneo mediado por los medios masivos se ha hecho muy restringida y formidablemente costosa para aquellos con puntos de vista que difieren. Como la activista pionera de la televisión para niños, Peggy Charren, resume, "La democracia depende en parte del derecho de hablar y ser escuchado," pero "la concentración de los medios conducirá a mezclar aún más el contenido editorial y el comercial, y a un control corporativo cada vez mayor del debate político."²³

La tercera premisa es que múltiples puntos de vista necesitan ser expresados en un intercambio verdaderamente democrático. Pero cuando la información es tratada como una mercancía, los intereses propietarios invariablemente entran en conflicto con la discusión seria con respecto a cuales intereses dentro del orden público están siendo servidos. Cuando se limita el número

de grupos con intereses propios que controlan el acceso al debate público sostenido (para distinguir esto de las erupciones ad-hoc), entonces el debate público es necesariamente limitado por los materiales altamente prejuiciados y las posiciones interesadas de aquellos que ofrecen la información y dan forma a los términos del debate. Un ejemplo evidente de este proceso es la auto-censura en las noticias de los productores cuyos propietarios finales están involucradas en actividades cuestionables. Frecuentemente citada como una manifestación real de este problema es el reportaje inadecuado de NBC con respecto a la degradación ambiental causado por su propietario General Electric, y con respecto a la industria de energía nuclear en general. Por supuesto está relacionado, con la no-revelación de los conflictos de interés entre las divisiones de noticias y de entretenimiento en las corporaciones modernas de los medios. Los críticos observan la tendencia de las compañías propietarias de promocionar sus propios productos, sin re-

23 Peggy Charren, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 16

velar la relación interesada: El semanal nacional de noticias *Time* regularmente dedica sus portadas a películas de su compañía materna, Time Warner (Warner films) o a libros publicados por Warner books. Y las publicaciones del magnate derechista Rupert Murdoch *TV Guide* y el *New York Post* con frecuencia demuestran un favoritismo hacia los programas de la red Fox de televisión de propiedad de Murdoch.²⁴

En cuarto lugar, en las democracias liberales siempre se ha supuesto que la prensa tiene la función de guardián, el llamado "cuarto estado" que protege el interés público, a través de su observación de actos de mala fe y particularmente ahí donde reside el poder. Cuando la prensa es la propiedad de las industrias más poderosas, o cuando los intereses propios de los periodistas están ligados a estas entidades por intereses de ganancia mutua, entonces parece que existirá un conflicto real de intereses entre la prensa como guar-

dián y los intereses corporativos adueñados de esa prensa. Como nos advierte Todd Gitlin, profesor de sociología de los medios en New York University, el peligro real es que los medios no reportarán, y el público no tomará interés en, las manías de las fusiones, un temor expresado por Danny Schechter, quien escribe que "los medios principales tragan y son tragados por intereses que tienen poco uso para el interés público. No es de sorprenderse que lo que menos se vea en los medios es quién es el propietario, o como esa propiedad limita la información, estrangula el debate sustantivo y reduce las opciones reales de programación".²⁵

En quinto lugar, ha sido durante mucho tiempo una creencia central en la cultura política liberal de izquierda de los EEUU que el control monopólico o casi-monopólico sobre cualquiera industria restringe la competencia. En el caso de la prensa, la premisa, que el mayor bien

24 Todd Gitlin, "Not So Fast," *Media Studies Journal: Media Mergers*, primavera/verano 1996, vol 10, Nos. 2-3, pp. 2-3; véase también Todd Gitlin, "Introduction", en Barnow, Erik, et al, *Conglomerates and the Media*, New York: New Press, 1997, pp. 7-14

25 Danny Schechter, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 16; véase también, Danny Schechter, "Media Summits," *Media Studies Journal: Media Mergers*, primavera/verano 1996, vol 10, Nos. 2-3, pp. 79-86

público puede ser logrado a través del "mercado de ideas", ha tenido durante mucho tiempo un lugar privilegiado y hasta sagrado. Los defensores de la libertad de expresión han advertido desde hace tiempo contra la concentración de la propiedad de las industrias de los medios de comunicación porque esta situación dificultaría el acceso de una multiplicidad de voces a la discusión pública o a la participación en el debate público. Las opiniones discrepantes, las marginales, las contrarias y las radicales probablemente no tendrán lugar en el mercado de ideas cuando ese mercado es controlado por pocas manos. Como declara el productor de televisión Norman Lear, "Debe ser claro para cualquier persona razonable que hay pocos canales por los cuales fluirá la mayor parte del entretenimiento e información del mundo. Pocos canales implica que pocas personas tomarán demasiadas decisiones con respecto a lo que la población del mundo debe saber".²⁶

Los críticos de hoy de los me-

dios llegan a la misma conclusión: que la consolidación y la concentración severamente reducen el rango de ideas, imágenes, narrativas, y mitos disponibles para el consumo público. El productor de películas Oliver Stone se queja que todas las noticias televisadas han llegado a parecerse: una mentalidad de rebañón domina las operaciones de creación de noticias; la investigación periodística real es dejada a un lado, y las noticias son estereotipadas. Stone pregunta en breve, ¿cuán libre es nuestra prensa si recibimos las mismas noticias en cada instancia? El se contesta, sugiriendo que demasiado poder concentrado en pocas manos son graves para un pueblo cuyo sistema político requiere de un debate informado: "El poder de control sobre el flujo de la información es el poder de control sobre como la gente piensa. Ese poder no debe concentrarse en las manos de unos pocos conglomerados".²⁷ Y, como escribe Nolan Borie, "No se hace gran diferencia si estos conglomerados de los medios

26 Norman Lear, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 16

27 Oliver Stone, *The Nation*, 3 de junio 1996, pp. 18-19

tienen nombres diferentes y diferentes fachadas, porque comparten valores y perspectivas que garantizan una información clonada".²⁸

Estas observaciones agudas sugieren que el eje del problema es el poder enorme para formar y definir la realidad para vastas audiencias. La cuestión de cómo piensa la gente está bastante más allá de los horizontes de este ensayo, pero es suficiente decir que estos críticos son profundamente pesimistas con respecto a las implicaciones de tanto poder para informar, entretener y persuadir, ubicado en las bien protegidas manos de unas pocas corporaciones. Al reflexionar sobre la cuestión de qué se le dice al público con respecto a lo que debe pensar y de que puede pensar, Nolan Bowie remarca que "No hay una opción real cuando la concentración de los medios limita los términos del debate y del pensamiento. Entonces el consenso legítimo necesario para una democracia representativa es algo manufacturado".²⁹ Y Leslie Sevan sugiere las implica-

ciones cognitivas de "la vida mantenida comercialmente", escribiendo que "los productos de entretenimiento y de noticias de estas pocas compañías determinan más y más la gramática emocional de la nación. Como el poder concentrado compra todos los lenguajes vernaculares alternativos o los ritmos distintos que puedan asomarse, los conglomerados empiezan a moldear nuestra narrativa, nuestros sueños, nuestras ambiciones 'mitoexpresados', o como quiera llamarlo".³⁰

El resultado, según estos críticos (de los años 40 y de hoy) es que los medios privados no cumplen su responsabilidad social en las democracias capitalistas modernas. Como el periodista veterano Walter Cronkite nos advierte, las demandas de los accionistas para aumentar las ganancias interfieren con la función de servicio público de la prensa. El problema, dice es que "para participar en el juego actual de reajustes, las juntas y sus ejecutivos niegan a sus coordinadores de noticias los fondos necesarios para pagar la co-

28 Nolan Bowie, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 20

29 Nolan Bowie, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 20

30 Leslie Sevan, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 22

bertura mínima necesaria para servir a sus comunidades adecuadamente. Buenos reporteros, escritores y editores son demasiados escasos para desarrollar los reportajes que el público necesita. Una prensa más responsable puede lograrse solamente si los dueños se dedican a principios periodísticos sólidos, en lugar de intentar satisfacer a una bolsa de valores insaciable. Este es el problema de fondo³¹ Cronkite, cuya frase famosa de cierre en cada emisión de las noticias de la tarde fue la afirmación olímpica "Y así es la cosa" tiene la misma función olímpica aquí. El problema de fondo es que es demasiado grande la brecha entre los imperativos de las corporaciones que crean ganancias y los ciudadanos democráticos que necesitan información.

Un punto crítico aquí, sin embargo, es observar que esto no es nada nuevo. La Comisión de la Libertad de Prensa —hace más de cincuenta años— hizo las mismas observaciones sobre la brecha entre los intereses corporativos y las necesidades del público moderno. Su

respuesta fue reformular la teoría democrática para enfrentar las necesidades de una época mediada por los medios masivos, pero en lugar de disminuir el rol del público moderno, articuló una teoría de la responsabilidad de la prensa que reubicó al público en el centro de la teoría democrática, e hizo que las libertades de la prensa dependan de si esta cumple con las necesidades del público, Revisar sus argumentos y recobrar una teoría democrática centrada en el público en esta época mediada por los medios masivos, me parece una manera muy útil para considerar como su trabajo sirve los propósitos de los críticos, y de los públicos contemporáneos.

La Comisión de Libertad de la Prensa, 1944 - 1947

Las deliberaciones de la Comisión fueron definidas por el momento histórico: al final de la guerra contra el fascismo, cuando todas las instituciones públicas y privadas estaban movilizadas para la guerra, los miembros de la CLP (la mayoría de quienes se habían involucrado

31 Walter Cronkite, *The Nation*, 3 de junio 1996, p. 22

activamente en varias agencias civiles de apoyo a la guerra) se encontraron en las instalaciones del Centro Rockefeller para considerar el estado y el futuro de la democracia americana en una época de comunicaciones masivas. Los miembros de la Comisión concentraron su atención en la relación triangulada entre las industrias de los medios de propiedad privada, el gobierno federal cada vez más grande e interesado en las comunicaciones (con capacidades incrementadas para monitorear, controlar y censurar el contenido de las comunicaciones masivas) y un público que pareció haber perdido importancia en la medida en que la política empezó a ser menos local y directa, y más nacional y global y cuya experiencia de la realidad fue cada vez más mediado por encuestadores, propagandistas y especialistas en relaciones públicas. Aunque es posible detectar en sus notas y borradores el rápido enfriamiento de las relaciones con la Unión Soviética, el fascismo aún dominaba como la amenaza global mayor, mientras que en casa, la amenaza de las tecnologías de las comunicaciones operando a una escala totalmente nueva fue profundi-

zada por los niveles sin precedentes de concentración de la propiedad de estas tecnologías y por una prensa que pareció no ser totalmente libre ni que cumplía su tarea de informar al público sobre las cuestiones necesarias para la conducción del estado y de la ciudadanía. Para los miembros de la CLP, la necesidad de contar con ciudadanos informados actuando debidamente fue evidentemente crítica, y cualquier cosa que retaba la capacidad de los ciudadanos de cumplir con su deber, tenía implicaciones morales y geopolíticas serias.

Es importante notar –tanto desde una recuperación de la historia intelectual de la CLP cuanto desde una consideración de su trabajo para las necesidades actuales– que estas preocupaciones sobre el fascismo, la tecnología, el oligopolio, las obligaciones de la prensa y las susceptibilidades del público fueron menos impregnadas de una versión de la teoría de “la sociedad de masas”, que fue tan difundida en los círculos intelectuales estadounidenses de medio siglo. Compartieron más bien una preocupación, influida por John Dewey, por restaurar el público al centro de la política de-

mocrática. Este empuje Deweyano centrado en el público fue, creo, un producto de la influencia de Chafee y MacLeish sobre la discusión y dirección general de la Comisión pero también reflejaba el impacto considerable de Dewey en el liberalismo norteamericano en las primeras cuatro décadas del siglo veinte, en especial como un baluarte contra el corrosivo anti-democrático.³²

Los miembros de la comisión, en general evadieron el rechazo a la teoría democrática tradicional por parte de la teoría de la sociedad de masas y sus afirmaciones de la irracionalidad e incompetencia del público (una crítica articulada con mayor fama en la cultura política estadounidense por Walter Lippmann antes de la segunda guerra mundial y por el crítico literario y cultural Dwight MacDonald y los intelectuales neoyorquinos alineados con el *Partisan Review* después de la guerra). De hecho, las principales voces de la Comisión, y especial-

mente Chafee y MacLeish, fueron "idealistas democráticos" Deweyanos (para usar la frase del historiador Robert Westbrook) que hicieron suya la misión de identificar los obstáculos que confronta el público moderno y equipar a ese público para cumplir con sus obligaciones según la teoría democrática. No estaban dispuestos en absoluto a minimizar el rol del público en las cuestiones complejas de la política.³³

Creo que esta posición es vital para mapear el pensamiento liberal de la pos-guerra. La CLP no empezó con la premisa de que el público era incompetente o era una fantasía ilusoria de la teoría democrática, solamente pensaron que esta situación podría producirse por que vieron que el público estaba servido deficientemente por medios orientados a la ganancia y, frecuentemente, sensacionalistas que parecían concentrados en crear el denominador mínimo común para luego sostener-

32 Para una formulación reciente y comprensiva de la influencia de Dewey en la teoría democrática norteamericana, véase Robert Westbrook, *John Dewey and American Democracy*, Cornell University Press, 1991.

33 Para una discusión de las tensiones entre las versiones inspiradas por Dewey de una teoría democrática centrada en el público, versus las versiones inspiradas por Lippmann, de una teoría democrática centrada en los expertos, véase Brett Gary *The Nervous Liberals*.

lo. Los miembros de la Comisión supieron que los obstáculos a la rectificación de estas condiciones eran formidables, especialmente en un sistema capitalista en el que existió un compromiso cada vez más profundo, por parte de la industria y del sentimiento libertario civil, con la Primera Enmienda, que minimizó entonces el rol del Estado como un agente de reforma de los medios. (Este fue un aspecto de la vida moderna que ellos consideraron totalmente positivo). Simpatizaron con el derecho a la propiedad privada, y creyeron en las capacidades liberalistas del capitalismo (sobre todo, comparado con las formas de colectivismo y de estatismo conocidas y experimentadas en su época). Pero también fueron liberales reformistas del "New Deal" que creyeron que había que poner límites al capitalismo, y que el capital tiene obligaciones morales para con la sociedad de la que extrae su ganancia.

El examen y la articulación de estas obligaciones morales fueron centrales a su tarea como miembros de la Comisión. En el transcurso del trabajo, ofrecieron el argumento que es ahora familiar; que los me-

diOS bajo propiedad privada no estaban cumpliendo sus obligaciones públicas, había demasiada concentración de la propiedad, demasiado monopolio de opinión (especialmente en los mercados más pequeños de periódicos y emisoras de radio), demasiada énfasis en la ganancia económica y en el entretenimiento, insuficiente diversidad de voces y de opiniones, insuficiente información de calidad disponible al público, y una tendencia excesiva de los medios de degradar la cultura común y dividir a los americanos enfatizando los conflictos y antagonismos entre diferentes grupos.

¿Cómo, entonces, construyeron su argumento de las obligaciones democráticas como obligaciones morales? Empezaron con la premisa de que había obligaciones recíprocas, constituidas dentro de las libertades de prensa, y que para conservar los derechos y la protección de la libertad de expresión y de prensa, los medios tenían que cumplir con sus obligaciones al público: esto incluyó dar una información regular confiable y sustantiva, ofrecer un intercambio de un rango amplio de puntos de vista, la clarificación de cuestiones públicas compli-

cadadas y satisfacer la expectativa que "una diversidad permanente" de opinión se pondría a disposición del público. En breves palabras, su interpretación de la Primera Enmienda y de sus protecciones descansó en la noción que la expresión que merece ser protegida era aquella expresión "fructífera" necesaria para ayudar a que el público llegue a la verdad (o las verdades) con respecto a cuestiones públicas complicadas. La sociedad sin expresiones creativas y fructíferas no sería buena.

Para no confundir esta posición con una conservadora, es crítico saber que Chafee, la fuerza intelectual real tras de las deliberaciones de la Comisión, fue el principal erudito sobre la Primera Enmienda de la época, un hombre cuya influencia en la formación de una interpretación de la Primera Enmienda que proteja la libertad de expresión no tuvo paralelo en el período entre las dos guerras mundiales. De hecho, su temor de un involucramiento excesivo de gobierno en las cuestiones de los medios fue, en su tiempo una posición muy progresista, una que expresó un temor de la interferencia del gobierno como la respuesta in-

deseable, pero potencialmente necesaria, a los defectos de los medios privados. Si los medios fallaron en su responsabilidad de cumplir con sus obligaciones al público se arriesgaron a, y merecieron, el control gubernamental que los miembros de la CLP tuvieron recelo a solicitar.

Basado en la noción que los medios privados fueron limitados tanto por libertades negativas cuanto positivas, Chafee y los demás insistieron que a los medios se les garantizó una libertad de la coerción gubernamental, pero solamente en el caso de satisfacer su libertad positiva de servir a los intereses públicos, esto es, logrando el bien común. Esto fue un deber moral.

Uno de los puntos de partida conceptuales fue una interpretación de la Primera Enmienda sostuvo que la libertad de prensa pertenece primero al público, y luego a la prensa y que el público debe ser el benefactor principal de la protección del Estado de la libertad de expresión y de la prensa libre. En breves palabras, la Comisión reconoció que el mercado de ideas no serviría adecuadamente las necesidades del público sin alguna concepción de los

bienes del público y de los deberes privados construidos como parte de una teoría de la prensa moderna. Los que han escrito sobre la Comisión han bautizado esa idea como la teoría de la responsabilidad social de la prensa y, en general, han enfatizado el equilibrio entre el gobierno y la industria privada que la comisión buscó lograr. Pero estos mismos comentaristas se han sesgado a dejar afuera el énfasis sobre el público como el eje del equilibrio.³⁴

La afirmación de Chafee, en su obra monumental de dos volúmenes apoyada por la Comisión, *Government and Mass Communications*, es clara con respecto a este énfasis en el equilibrio, con el público como beneficiario. Dijo que la comisión "estuvo de acuerdo en estos puntos esenciales" con respecto al rol de la prensa libre en una sociedad libre, donde "la presunción debe estar siempre a favor de la li-

bertad, por lo menos del control del gobierno, de la vocalización y la expresión". Lo esencial era: "(a) la importancia del logro y la difusión de la verdad, el mantenimiento de la dignidad humana, y los demás fines nutridos por la discusión abierta; (b) la necesidad de ciertas limitaciones mínimas; (c) la solución de algún problema asociado a la libertad de expresión a través de un equilibrio entre estas consideraciones opuestas".³⁵ Entonces, mientras que la CLP sintió la obligación de definir los límites de la intervención gubernamental, en determinadas circunstancias limitadas, estos límites fueron mayormente definidos por la falla de la prensa al no servir al público. Aunque el gobierno podría tener requerimientos negativos hacia el control de la prensa, la propuesta del equilibrio asumió la idea que el gobierno tenía responsabilidades afirmativas de promocionar los intereses públicos. Los miembros de la

34 Margaret Blanchard, "The Hutchins Commission, the Press and the Responsibility Concept," *Journalism Monographs* No. 49, May 197; Jerilyn S. McIntyre, "Repositioning a Landmark: The Hutchins Commission and the Freedom of the Press," *Critical Studies in Mass Communication*, Vol 4, 1987, pp. 136-160. Véase también, Fred Siebert, et al., *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, 1957.

35 Zechariah Chafee, Jr., *Government and Mass Communications*, University of Chicago Press, 1947, vol. I, p.60.

Comisión, sobre todo Chafee, pusieron el derecho a ser informado a por lo menos el mismo nivel que el derecho a tener libertad de la interferencia gubernamental, una interpretación de la libertad de la prensa que ha casi desaparecido del discurso político estadounidense.

Es e equilibrio entre el gobierno como una fuerza negativa y el gobierno como una fuerza positiva fue producto del pensamiento más progresista sobre la libertad de expresión, uno que vio los peligros del individualismo irrestricto del mercado, como igualmente peligroso a la vida democrática que la intervención del gobierno.

La comisión hizo que el público sea la variable más importante en la ecuación entre el público, la prensa y el gobierno. Su teoría de la responsabilidad social empezó con el público como punto de partida. Fue más allá que una teoría libertaria de la prensa -que sostiene que se conserve la libertad cuando se detiene al gobierno de interferir con la prensa- a una teoría de responsabilidad social centrada en el público que

sostiene que la libertad *para* es anterior y superior a la libertad *de*. Este punto de vista ubica una idea del público y de los derechos del público como mínimo igual a los derechos del individuo, por lo menos en lo que respecta a las cosas que la Primera Enmienda supone y protege. Como el estudioso de las comunicaciones John Nerone sugiere, "la adopción de una teoría de responsabilidad social significa una reconstrucción radical de la relación entre individuos y comunidades, con un nuevo énfasis en éstas. La teoría de la responsabilidad social representa entonces el triunfo de la comunidad sobre el individuo solitario".³⁶

El lenguaje de la obligación y el deber de los derechos del público se centran en la noción del intercambio democrático. En un tiempo de estados fuertes y corporaciones poderosas el recuperar un público definido por sus propios intereses, distinto del estado y al cual tanto la industria privada cuanto el gobierno tenían determinadas responsabilidades y obligaciones *a priori*, fue una

36 John C. Nerone, ed., *Government and Mass Communications*, University of Chicago Press, 1995, p.78.

re-imaginación importante de la teoría de la democracia. La CLP asumió claramente que el público tenía la capacidad de cumplir con su deber, pero se preocupó porque el público no estaba cumpliendo su deber porque dos de los procesos necesarios para el autogobierno democrático, descritos por Chafee como "las condiciones esenciales de una opinión pública sana no fueron satisfechos", dando a estos las etiquetas "el proceso de doble vía" y el "proceso autocorrectivo" Chafee explico como las condiciones modernas amenazaron a ambos. El proceso de doble vía reconoció la importancia esencial del debate y la discusión; el proceso autocorrectivo fue asumido en términos del producto de un tal intercambio. En términos Deweyanos, Chafee describió "una comunidad" como "un universo de discurso en el que los miembros participan al hablar y escuchar, al escribir y al leer. En una comunidad libre los miembros establecen y re-establecen, examinan y re-examinan respondiendo el uno al otro su formulación de los fines últi-

mos del hombre, sus normas de comportamiento, y la aplicación de estas a cuestiones concretas" Mientras que "la Primera Enmienda asume sin cuestionamiento el universo de discurso," dijo fue "dudoso si y hasta donde esto puede suponerse así no mas bajo las condiciones de vida en una sociedad industrial moderna".³⁷

Estas condiciones incluyeron la propiedad concentrada de las industrias nacionales de los medios de comunicación, reduciendo por lo tanto el rango de voces escuchadas por el público, asegurando una frustración entre aquellos cuyas voces no fueron escuchadas, y limitando la diversidad de ideas y opiniones necesarias para lograr las mejores soluciones a los problemas públicos. Estas condiciones entonces socavaron tanto el proceso de dos vías (el debate público) cuanto el proceso auto-correctivo (la resolución de los problemas a través del debate público). Chafee elaboró su argumento: "Esta presuposición fundamental [que "las conclusiones correctas se recogerán con mayor

37 Chafee, vol I, pp. 21-22

probabilidad de una multitud de expresiones"] es seriamente debilitada por la concentración del poder. En lugar de varias visiones de los hechos y varias opiniones que se enfrentan, los lectores de los periódicos en muchas ciudades o, peor aún, en amplias regiones, pueden recibir un solo conjunto de hechos y un solo cuerpo de opinión, todos saliendo de un mismo propietario".³⁸ Chafee entonces estuvo de acuerdo que lo que el denominó la "crítica de izquierda" de los patrones de la propiedad "los medios de producción son poseídos y controlados por grupos privados que no son los servidores del pueblo, no representan últimamente los intereses del pueblo, y que no caben en un concepto coherente de servicio público".³⁹ "Por razones como éstas" explicó, "la Comisión llegó a criticar el principio de *laissez faire*, para el cual la solución a los problemas de la libertad es tener más libertad".⁴⁰

Al elaborar la relación entre los

procesos de doble vía y de autocorrección, observó que el obstáculo principal al proceso de autocorrección en la democracia norteamericana no fue ni el público ni el tamaño y alcance del gobierno federal. Más bien, "la prensa no provoca el tipo de comunicación de hechos y de ideas que conduzca a una discusión racional de fines y de medios. Nuestra sociedad descansa sobre la premisa que, a través de la libertad de unos de hablar, y la disposición de otros a escuchar y considerar, cualquiera divagación de nuestro pueblo de un curso justo será corregida por el mismo pueblo. Hoy hay razón por suponer que este proceso de autocorrección, aunque comúnmente se supone que funciona plenamente, no funciona, para riesgo de nuestra democracia."⁴¹

A raíz de la falla de los medios privados de cumplir con su responsabilidad, y la consecuente interferencia en la habilidad del público de cumplir con sus obligaciones, la Comisión temió dos resultados: que

38 Ibid., pp 24 - 25

39 Chafee, vol I, p. 16

40 Ibid., p.26

41 Ibid., p. 26-27

el público se volvería indiferente al destino de la prensa y a los principios de la libertad de expresión, y no protestaría ante un creciente involucramiento y control gubernamental sobre las comunicaciones masivas. A la vez que estuvo preocupado por el aumento de intervención gubernamental en el área de expresión y opinión, la Comisión también argumentó que una indiferencia del público a los controles del gobierno que podrían ser "contradictorios al valor de la libertad" sería la culpa de la misma industria de los medios. Chafee escribió: "El punto es que el bajo nivel de las comunicaciones masivas debilitará la resistencia al gobierno en cualquier momento en que otras razones conduzcan a este a interferir con los periódicos o la radio o las películas. Cuando la gente ha llegado a considerar que una publicación es basura, no se preocupan mucho si se les priva de ella o no. Sin problema se olvidan que la cuestión básica de la importancia de la discusión sin trabas".⁴²

Para la Comisión el principio de

laissez faire no fue suficientemente efectivo como para servir las necesidades del público, ni fue el compromiso del público como para con los principios de una prensa libre lo profundamente acogida como para oponerse a la intervención gubernamental en un mundo de la posguerra en el que la comunicación masiva a una escala global fue cada vez más importante para los gobiernos, y en el cual los gobiernos probablemente estarían involucrados en el uso de los instrumentos de la comunicación para servir los fines estatales a través del manejo y del control de la opinión. Para la Comisión, y en especial para el luchador de las libertades civiles Chafee, esto reforzó la urgencia de formar una ética de responsabilidad social en las industrias de los medios.

El hecho que el público no fue servido requirió la clarificación y una renovada declaración de la relación entre la prensa y la teoría democrática basada en un marco de deberes y derechos morales. En el informe general de la Comisión, *A Free and Responsible Press*, y en el

42 Ibid., pp. 18-19

tratado de William Ernest Hocking sobre los cimientos morales de la libertad de expresión, titulado *Freedom of the Press: A Framework of Principle*, la Comisión desarrolló el argumento que relacionó el deber moral con el derecho moral.⁴³

El filósofo de Harvard William Ernest Hocking elaboró esta posición en su volumen auspiciado por la Comisión, argumentando que el cumplimiento del deber es en lo esencial una obligación moral, constitutiva de ser humano y de ser miembro de una comunidad. John Nerone escribe perceptivamente sobre Hocking y explica que “las reformulaciones [de Hocking] de los conceptos de libertad y derechos en términos morales (más que naturales o utilitarias) constituyeron el núcleo filosófico del informe final de la Comisión”. Como explica Nerone,

Hocking hizo de “la libertad positiva... el eje conceptual en torno al cual gira la responsabilidad social” y que “La lógica y racionalidad de la libertad positiva [fueron] la pieza central de...su libro fundacional”. El liberalismo clásico ha sostenido tradicionalmente que el individuo tiene derechos naturales e inviolables y que debe ser dejado solo para ejercerlos y, tradicionalmente la libertad es definida como la ausencia de restricciones, pero Hocking, según Nerone, desarrolló una definición de la libertad distinta del énfasis del liberalismo clásico en la libertad de.⁴⁴ Hocking y otros desafiaron la premisa del liberalismo clásico que la libertad de restricción es el punto de partida para la libertad de las restricciones y de prensa.

43 El trabajo mejor conocido de la Comisión es su informe general, firmado por todos los miembros de la Comisión, sin designar un autor individual. (Mi investigación de los archivos indica que el secretario del grupo Robert Leigh preparó los borradores iniciales, Archibald MacLeish después escribió varias versiones y, por ser demasiado duras en su crítica económica, Robert Maynard Hutchins escribió la versión final). Véase *A Free and Responsible Press: A General Report on Mass Communication: Newspapers, Radios, Motion Pictures, Magazines, and Books*, por la Commission on Freedom of the Press, con un prefacio por Robert M. Hutchins, University of Chicago Press, 1947; William Ernest Hocking, *Freedom of the Press: A Framework of Principle*, University of Chicago Press, 1947 fue escrito por el mismo Hocking, con los miembros de la CLP comentando sus borradores.

44 Nerone, pp. 84,85

Hocking sostuvo que la libertad de expresión no es un derecho inalienable sino un derecho moral que debe ser ganado. “[El trabajo] de Hocking es un argumento razonado cuidadosamente que la libertad – dado nuestro status como seres sociales – no es incondicional sino que involucra la necesidad de asumir y ejecutar deberes más allá de nuestro interés personal.... La Libertad positiva es un aspecto definitoria de nuestra humanidad pero tiene que ser constantemente vigilado debido a nuestra tendencia de servir a nosotros mismos en lugar de usar nuestra libertad para el bien común”. Nerone sigue con la explicación que, “en lugar de estar contento con los procesos democráticos equitativos per se, [Hocking] ayuda a establecer una base conceptual para el bien común,” observando que Hocking y otros “desarrollan el fundamento de una libertad positiva radical, una libertad que debe rendir cuentas, una libertad con la responsabilidad como su centro integrador”.⁴⁵

Hocking argumenta que los derechos tienen imperativos sociales, y por el hecho de ser un miembro de una sociedad, uno no tiene la licencia de abandonar un derecho, porque hacerlo sería debilitar los derechos de otros. Defender un derecho es reconocer que otros tienen ese derecho, y esto obliga a cuidar ese derecho para otros. Como argumentó Hocking, “La palabra “derecho” es un anuncio de un elemento de deber mutuo en reclamar un valor”. Mientras que reconoce que la mayoría de las demandas de derechos se dirigen a otros individuos, “determinadas demandas de derechos se dirigen también a la sociedad y al gobierno”, especialmente aquellos “diversos derechos que denominamos en conjunto como el derecho a la libertad”.⁴⁶

Según esto, la prensa no tenía el derecho de no servir el interés público. El público tenía el derecho a una prensa adecuada, y los medios no podían abrogar este derecho. Dijo Hocking: “Inseparable del derecho de la prensa a ser libre, ha sido el derecho del público a tener una

45 Nerone, pp. 86, 87, 88.

46 Hocking, pp 61, 62-63.

prensa libre". Y en una contienda entre los derechos del público a ser servido por la prensa y los derechos de la prensa a ser libre de la interferencia gubernamental, Hocking argumentó que es el derecho del público el que tiene precedencia.⁴⁷

Conclusión

Este marco se ubica en el contexto en el que la Comisión temió como algo indeseable la intervención del gobierno en los medios de comunicación, pero la vio como una acción potencialmente necesaria. Su interés mayor fue en la articulación de una base teórica para reivindicar la necesidad de una transparencia de la industria como para con un público que dependió de una prensa transparente. No sé si a fines del siglo veinte sea posible lograr la resurrección de un argumento en base a fundamentos morales. Tales argumentos parecen demasiado manchados por los moralistas fanáticos del siglo 20. Pero también parece que si alguna dinámica pública puede ser lograda pa-

ra reivindicar la idea de la responsabilidad abierta de la prensa, esto debe lograrse estableciéndose primero que aquí hay públicos, que somos competentes y capaces y, que nuestros derechos son previos a los de las industrias privadas que aparentemente ganan tanto al ofrecernos tan poco. Tal vez, entonces, esta es la estrategia retórica que puede emplearse en un momento histórico en el cual a los ciudadanos privados, los campeones políticos del libre mercado, les hace acordar continuamente que estos mismos son los instrumentos de nuestro futuro utópico, y que cualquier intervención en su territorio es antimoderno, reaccionario, y lúdico. Aunque no estoy en absoluto seguro que en el contexto histórico actual pueda tener efecto un argumento basado en la invocación moral, quisiera sugerir que un argumento que empiece con la idea del deber a un público olvidado tiene más posibilidad de ganar simpatías que uno que empieza con la idea del Estado como instrumento de intervención.

47 Hocking, p.169.

PUBLICACION CAAP

Ciencia y tecnología

INVESTIGACION Y PROPAGACION DE ESPECIES NATIVAS EN LOS ANDES

Fernando Borja, Patricia Ramos y Abel Tobar



Es urgente la producción de nuestra propia reserva tecnológica que involucre los recursos productivos y vitales de las tradiciones y ecosistemas nacionales.

Las acciones de forestación, como respuesta tecnológica concreta a las necesidades de preservación de recursos, deben incorporar decididamente nuestras especies nativas, sus usos y bondades.