

Derecho a la información y democracia en el marco de la globalización neoliberal: bibliotecas, archivos y medios de comunicación de masas

The right to information and democracy in the neoliberal globalization framework: libraries, archives and mass communications media

Pedro LÓPEZ LÓPEZ

Universidad Complutense de Madrid, E.U.B.D.
pedrolopez@caelo.eubd.ucm.es.

M.^a Jesús MORILLO CALERO

Biblioteca Nacional

RESUMEN

El artículo trata de la importancia del derecho a la información para la participación democrática, un derecho que discurre principalmente a través de los medios de comunicación de masas, pero en el que están implicados también las bibliotecas y los archivos. La consideración de la información como mercancía y la mercantilización de los servicios públicos amenazan el derecho ciudadano a la información y, por tanto, deterioran la calidad de la democracia.

ABSTRACT

The article deals with the importance of the right to information for participation in democracy, a right exercised mainly through mass communications media but in which libraries and archives are also concerned. The consideration of information as a commodity and the treatment of public services as such constitute a threat to the citizen's information rights and, consequently, to deterioration in the quality of the democracy.

PALABRAS CLAVE

Derecho a la información.
Medios de comunicación de masas.
Democracia.
Comunicación política.
Bibliotecas.
Archivos.
Globalización.

KEY WORDS

Information right.
Mass media.
Democracy.
Political communication.
Libraries.
Archives.
Globalisation.

SUMARIO 1. Introducción. 2. Derecho a la Información y Democracia. 3. Globalización Neoliberal: Bibliotecas y Archivos. 4. Medios de comunicación de masas. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

En un texto reciente, Armand Mattelart (2002) señala un cambio fundamental registrado en las dos últimas décadas: hasta principios de los años ochenta, la UNESCO era una de las principales tribunas para debatir sobre cultura, información y comunicación. En la actualidad, el debate se ha desplazado a la esfera del comercio, siendo la Organización Mundial del Comercio (OMC) el principal escenario del mismo. De esta manera, los asuntos de cultura, información y comunicación ya no se inscriben en el debate ciudadano como elementos fundamentales para el ejercicio de la democracia, sino como productos de una industria «cultural» y del ocio dirigida a consumidores y contemplada fundamentalmente bajo los parámetros de la oferta y la demanda. De la soberanía del ciudadano se pasa a la soberanía del consumidor, deslegitimando cualquier tentativa de formulación de políticas públicas relacionadas con la cultura y el acceso a la información.

De un debate político se ha pasado a un debate empresarial, degradando gravemente la dimensión democrática de estos asuntos. Es urgente reaccionar por parte de la ciudadanía, de las asociaciones profesionales relacionadas con estos asuntos (periodistas, bibliotecarios, archiveros, etc.) y de los ámbitos educativos y culturales. No podemos dejar que derechos democráticos conquistados a lo largo de siglos sean despojados a los ciudadanos en favor de intereses exclusivamente comerciales.

2. Derecho a la información y democracia

En este artículo nos interesa el derecho a la información como derecho político; es decir, como derecho imprescindible para la participación política. En este sentido, hay que resaltar que sin comunicación pública libre no hay democracia.

Reconociendo la dificultad de llegar a un concepto incuestionable de democracia, seguimos a Owen M. Fiss (1999) para aceptar la consideración de que la democracia es un ejercicio de autogobierno colectivo. Este ejercicio requiere que el pueblo elija a los cargos públicos y que el Estado sea receptivo a los deseos y a los intereses del pueblo. Para ejercer su soberanía, los ciudadanos dependen de determinadas instituciones que les informan sobre las posiciones de los candidatos a ocupar cargos públicos. Esta información también es necesaria para el análisis, la evaluación y la crítica de las políticas practicadas por los gobiernos. La principal institución para desempeñar este cometido es la prensa (incluyendo periódicos, radio, televisión e internet). No obstante, el derecho a la información discurre también por otros canales. En este artículo nos referiremos también a las bibliotecas (relacionadas también con el derecho a la cultura) y a los archivos.

Si la información que reciben los ciudadanos a través de los medios de comunicación es de mala calidad; si los poderes públicos no surten de suficientes y bien equipadas bibliotecas a sus ciudadanos; si los ciudadanos tienen dificultades para acceder a los documentos conservados en los archivos, nos encontramos ante una democracia «de baja intensidad».

El respeto a los derechos fundamentales —uno de los cuales es el derecho a la información— constituye, para Ferrajoli (1999), la base de la dimensión sustancial de la democracia (aquella

que se refiere al *qué* no puede decidirse en democracia). Estos derechos quedan fuera de la esfera de las decisiones que se toman en una sociedad democrática: «Ninguna mayoría, ni siquiera por unanimidad, puede legítimamente decidir la violación de un derecho de libertad o no decidir la satisfacción de un derecho social».

En la actualidad, los Estados pretenden legitimarse democráticamente declarando en sus constituciones el respeto a los derechos fundamentales. Este nexo es claro para diversos autores, como MacCormick (1993), que afirma que el constitucionalismo es un prerrequisito de la democracia, o Nino (1997), que constata la necesidad de un contrapeso en el proceso democrático, contrapeso ejercido por derechos fundamentales que, por otro lado, son esenciales para la justificación de la democracia. Por ello, la falta de la tutela y protección de los derechos fundamentales por parte de los poderes públicos representa un grave déficit democrático. En la Constitución Española (C. E.) hay una referencia clara al respeto que merecen estos derechos en el Título I, *De los derechos y deberes fundamentales*. El artículo 10.2 dice:

Las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades que la Constitución reconoce se interpretarán de conformidad con la Declaración Universal de Derechos Humanos y los tratados y acuerdos internacionales sobre las mismas materias ratificados por España.

Y no sólo se trata de respetar los derechos fundamentales, sino que un Estado social y democrático de Derecho (art. 1. C.E.) debe

... promover las condiciones para que la libertad y la igualdad del individuo y de los grupos en que se integra sean reales y efectivas; remover los obstáculos que impiden o dificultan su plenitud y facilitar la participación de todos los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social. (art. 9.2. C.E.).

En lo que respecta al asunto que tratamos en este artículo, el Estado debe ocuparse de que los ciudadanos reciban una buena información, requisito imprescindible para estimular el debate y la participación política. Sin ambos, la calidad de la democracia se ve seriamente comprometida.

2.1. Referencia histórica a la importancia del derecho a la información

Sinópticamente, conviene recordar la vinculación histórica que el derecho a la información ha tenido con las revoluciones democráticas y con los principales textos referentes a derechos fundamentales. Nos detendremos sólo en los principales hitos.

Como punto de partida, encontramos las revoluciones americana y francesa. Así, la Declaración del Buen Pueblo de Virginia (1776), dice en su artículo 12: «Que la libertad de

prensa es uno de los grandes baluartes de la libertad y no puede ser restringida jamás, a no ser por gobiernos despóticos».

El artículo 11 de la Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano de 1789, sin duda la más influyente formulación jurídica en este ámbito, dice:

La libre comunicación del pensamiento y de las opiniones es uno de los derechos más preciados del hombre; todo ciudadano puede, por tanto, hablar, escribir e imprimir igualmente, salvo la responsabilidad que el abuso de esta libertad produzca en los casos determinados por la ley.

En este texto el objeto de las libertades proclamadas son los pensamientos y opiniones. Se trata de una libertad ideológica, que no considera la comunicación de hechos (información), sino de opiniones, lo cual es lógico en una época en la que la información se reducía a comunicaciones y avisos de utilidad que no tenían interés político (Díaz Arias, 2000). Lo que interesa aquí al constituyente es la comunicación ideológica, la propaganda, teniendo en cuenta el contexto de instauración de un nuevo régimen.

En 1791 se produce la célebre Primera Enmienda a la Constitución de Estados Unidos, que ordena al Congreso no elaborar ninguna ley que limite la libertad de palabra o de prensa. Se trata, esencialmente, de la prohibición de la censura.

En nuestro país, el primer texto constitucional de 1812 se inspira, como otros posteriores, en el artículo 11 de la Declaración de 1789, señalando que:

Todos los españoles tienen la libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesidad de licencia, revisión o aprobación alguna anterior a la publicación, bajo las restricciones y responsabilidades que establecen las leyes.

Hay una marcada influencia de estos primeros textos en la construcción del derecho a la información. Desde su promulgación hasta mediados del siglo XX tendrá lugar el pleno desarrollo de los principios de libertad de prensa y libertad de expresión proclamados por las constituciones liberales, desarrollo que se producirá junto a la profesionalización del periodismo.

Enseguida aparece la relación con el planteamiento empresarial de la actividad informativa, que se impone en el modo de entender cada uno de los elementos del hecho informativo, Azurmendi (1997) señala lo siguiente:

- El producto informativo es un valor más del mercado, que impone sus leyes.
- La publicidad se impone como principal fuente de ingresos de las empresas periodísticas, lo que conlleva servidumbres informativas.
- Se plantea la actividad periodística como una tarea que requiere autonomía y libertad.

- Aparece la figura de la cláusula de conciencia del periodista (Francia, 1935). También se plantea en esa fecha que los periodistas pueden estar en régimen salarial y no cobrar sólo en función de los derechos de autor.
- Comienza la profesionalización del periodismo.

Estos hechos señalados por Azurmendi (cambios técnicos y desarrollo empresarial) habían preparado el terreno para introducir algunos matices importantes en la Declaración Universal de Derechos Humanos (1948). En este texto se trata, por un lado, del reconocimiento de la información, y ya no sólo la prensa o las ideas; y, por otro lado, de tener en cuenta los nuevos modos y medios de comunicación. El artículo 19 dice:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión.

Díaz Arias (2000) desglosa las facultades que contiene el artículo 19:

1. Investigar opiniones.
2. Investigar informaciones.
3. Difundir opiniones.
4. Difundir informaciones.
5. Recibir opiniones.
6. Recibir informaciones.

Pero teniendo en cuenta que el artículo 20 del Pacto de Derechos Civiles y Políticos de 1966 menciona las ideas como objeto del derecho que proclama, el desglose de facultades se amplía:

1. Investigar ideas.
2. Investigar opiniones.
3. Investigar informaciones.
4. Difundir ideas.
5. Difundir opiniones.
6. Difundir informaciones.
7. Recibir ideas.
8. Recibir opiniones.
9. Recibir informaciones.

Las facultades cuyo objeto son ideas u opiniones constituyen la libertad de expresión, y las que tienen como objeto informaciones, la libertad de información.

Las innovaciones señaladas por Azurmendi (entre otras, la persona humana como titular del derecho a la información, la función social de la información y la dimensión social del trabajo del periodista, el hecho de informar como un deber hacia la ciudadanía, y no sólo como un poder, etc.) apuntan a la conexión entre derechos de información y democracia. Por otro lado, el compromiso del estado social y democrático de derecho con la promoción de la igualdad real justifica constitucionalmente su intervención para hacer reales las libertades (Díaz Arias, 2000). Los nuevos estados democráticos —dice Díaz Arias—, que pretenden superar la experiencia de la propaganda totalitaria, toman conciencia del fenómeno de la información masiva y de la decisiva importancia de la información puesta al servicio de los ciudadanos para el correcto funcionamiento de la democracia. Los estados democráticos son estados de opinión, la opinión pública es la institución de referencia, y si ésta no está bien informada el ciudadano no puede participar, poniendo en evidencia un grave déficit del sistema. La libertad de expresión se reinterpreta desde el interés colectivo como la expresión plural de las distintas corrientes de opinión.

2.2. *El artículo 20 de la Constitución Española*

Para terminar este apartado, cabe hacer referencia a la Constitución Española de 1978, cuyo artículo 20 se ocupa de los derechos y libertades de información (el artículo habla de «los derechos», en plural). Y lo hace, como señala el profesor Desantes (1989), situándose bajo el Derecho supranacional de la información, puesto que el artículo 96 de la Constitución señala que los tratados internacionales, una vez publicados en España, formarán parte de su ordenamiento interno.

El texto completo del artículo 20 C.E. es el siguiente:

1. *Se reconocen y protegen los derechos:*
 - a) *A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.*
 - b) *A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica.*
 - c) *A la libertad de cátedra.*
 - d) *A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.*
2. *El ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.*
3. *La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.*
4. *Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.*

5. *Sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial.*

Son muchos los autores que tildan a este artículo de confuso, habiendo quedado su interpretación a cargo de la jurisprudencia de los tribunales (ver López López, 2001). De aquí se deriva que la concepción que subyace en él pueda ser objeto de valoraciones e interpretaciones al arbitrio de unas u otras opciones políticas (Díaz Arias, 2000).

Sin embargo, esto no impide que puedan destacarse algunos elementos definitorios del derecho a la información dentro de nuestro marco legal. Seguimos para ello a Pérez Royo (1999), que destaca tres notas: la veracidad, el interés general y la forma en que la información es transmitida. La primera de las notas es la única que señala expresamente el artículo 20, en su apartado *d*. Información veraz, dice Pérez Royo, es toda información que es cierta, independientemente de cómo se haya obtenido. En cuanto al interés general de la información, éste se define por que la información dada sea relevante para la formación de la opinión pública; en este sentido, relevancia pública es sinónimo de hecho «noticiable o noticioso». Todo hecho de interés ciudadano, bien por las personas o instituciones que intervienen o bien por el hecho de que el asunto sea de trascendencia social, es de interés general. El último elemento definitorio se refiere a la forma de transmitir la información, en el sentido de que ésta debe ser apropiada para la formación de la opinión pública. La información, además de ser veraz y de interés, debe centrarse en aspectos que tengan interés desde el punto de vista de la formación de la opinión pública. Si la información que se da se extiende en detalles sin interés desde este punto de vista o se extiende en expresiones injuriosas o insultantes para las personas sobre las que se informa, el derecho a la información está claramente recortado. La visión de cualquier telediarrio en nuestro país nos hace constatar este recorte, cuando vemos el debate político reducido (y degradado) a descalificaciones personales ente líderes políticos, sin aportar suficientes elementos de juicio ni debate a los ciudadanos.

Vemos en este desarrollo que la formación de la opinión pública es el eje en torno al que gira el derecho ciudadano a la información. Ello lo convierte claramente en un derecho político, como decíamos al comienzo de este epígrafe.

Para terminar este apartado, conviene aclarar que, aunque la dimensión democrática del derecho a la información tiene, principalmente, que ver con el papel de los medios de comunicación de masas, el acceso a la información contenida en los archivos y en las bibliotecas (en este caso, podemos hablar de acceso a la información, al conocimiento y a la cultura) es, igualmente, imprescindible para la participación del ciudadano en la democracia.

3. Globalización neoliberal: bibliotecas y archivos

La cuestión social —el cómo una sociedad sustenta entre sus propios ciudadanos relaciones de igualdad— ha sido rechazada por la esfera económica. La cohesión social y el acuerdo mutuo,

incluidos los valores morales mínimos de la decencia humana, resultan irrelevantes para el libre mercado. El propósito esencial de la desregulación, después de todo, es liberar al mercado de tales consideraciones no económicas. Ese acuerdo es antinatural e incendiario y no puede perdurar, no sin provocar reacciones políticas explosivas. La ciudadanía no puede resignarse a sus nuevas circunstancias en «un único mundo» (Greider, 1997, p. 334).

Parece ser que la primera referencia al término «globalización» aparece en el artículo de Théodore Lewitt *The Globalization of Markets*, aparecido en junio de 1983 en la *Harvard Business Review*. Desde los poderes económicos, la utilización que se hace del término pretende aparecer lo más aséptica posible, —es decir, no contaminada ideológicamente, de manera que pueda verse como un proceso «natural»—. Sin embargo, un autor tan poco sospechoso como Stiglitz (2002), Premio Nobel de Economía en 2001 y ex vicepresidente del Banco Mundial, afirma que «*la globalización, tal y como ha sido defendida, a menudo parece sustituir las antiguas dictaduras de las élites nacionales por las nuevas dictaduras de las finanzas internacionales*». El concepto es un tanto caótico (Jessop, 2000), pero pueden identificarse algunos rasgos relevantes. Por ejemplo, «*la globalización —seguimos a Jessop—, entendida como un horizonte de acción, significa pensar globalmente, incluso si se actúa de manera local [...] uno debe meditar cada vez más en términos estratégicos sobre las implicaciones espaciales y de escala de los procesos mundiales*».

Aunque la globalización como proceso tiene múltiples dimensiones —económica, cultural, política, etc.—, es la dimensión económica la que marca fundamentalmente las dinámicas puestas en marcha en el resto. Según Berzosa (2002), la globalización es «*un proceso en el que se pretende eliminar las barreras físicas y reglamentarias que entorpecen la libertad de circulación de mercancías y de capitales, y de todo lo que suponga alguna traba para la reproducción del capital*». En este mismo sentido se expresa Susan George (2002) cuando afirma que el programa de las empresas transnacionales se basa en un esquema muy simple de tres libertades: libertad para invertir, libertad para los flujos de capital y libertad para comerciar con todos los productos y servicios, incluyendo organismos vivos y propiedad intelectual. En este proceso sobresale un rasgo: la hegemonía adquirida por el capital financiero, con un alto componente especulativo. En consonancia con ello, está la importancia que han adquirido los flujos de capital.

Para François Houtart (2001), la globalización es un proceso económico con apoyo político, militar y cultural, que se inicia en los años setenta al constatarse una rentabilidad decreciente causada por la disminución de la productividad. Para aumentar su acumulación, el capital —dice Houtart— ha tenido que desarrollar dos estrategias principales: disminuir la parte del trabajo en el producto social (lo que se hace con diversos instrumentos: reducción de salarios reales, desregulación, disminución del seguro social, debilitamiento de las organizaciones laborales), y disminución del Estado en su papel de redistribuidor de riquezas y árbitro social. Los principales mecanismos de la globalización económica residen en la integración de los procesos de producción y distribución, que eluden las fronteras; la concentración de la producción, la distribución y la comunicación en manos de grandes empresas cada vez menos

numerosas; predominio del capital financiero, y, por último, extensión de las fronteras del capitalismo, tanto geográficas como tecnológicas.

En cuanto a política económica, los postulados básicos de la globalización neoliberal se encuentran en el llamado Consenso de Washington, que aconsejan austeridad fiscal, privatización y liberalización de mercados. De este modelo, lo más preocupante es el desmantelamiento progresivo que se va haciendo de las funciones del Estado, un desmantelamiento que amenaza con la desaparición de los servicios públicos, creados para proteger los derechos de la ciudadanía. En este sentido, el modelo neoliberal de globalización se está revelando incompatible con los derechos humanos. Esta interpretación es acorde con la denuncia que Amnistía Internacional hace en sus informes anuales, en el sentido de que la globalización neoliberal agrava los abusos de derechos humanos.

La globalización neoliberal tiene un fuerte componente ideológico que sus críticos denuncian como «pensamiento único». Para Ignacio Ramonet (1995), este pensamiento es *«la traducción a términos ideológicos de pretensión universal de los intereses de un conjunto de fuerzas económicas, en especial las del capital internacional»*. Las fuentes principales de este pensamiento están en las grandes instituciones económicas, en especial las del capital internacional: Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Organización de Cooperación y Desarrollo Económico, Organización Mundial del Comercio, etc. Los mensajes de estas instituciones son recogidos y reproducidos por los principales órganos de información económica y principalmente por las «biblias»¹ de inversores y especuladores de bolsa, que normalmente son propiedad de grandes grupos industriales o financieros. Asimismo, las facultades de Ciencias Económicas, los periodistas, los ensayistas y los políticos recogen estos mensajes y los lanzan en los medios de comunicación de masas, que los repiten hasta la saciedad, *«sabiendo a ciencia cierta que, en nuestra sociedad mediática, repetición vale por demostración»*.

En este nuevo contexto de dominio de lo económico sobre lo político y lo social, instituciones como las mencionadas anteriormente van a pasar a ser las protagonistas del nuevo escenario internacional marcado por el afán de extender la globalización económica a todas las esferas de la actividad humana y a todos los lugares del planeta. Y de ellas, la OMC, nacida en 1995 con el objetivo de controlar y reglamentar el comercio mundial, es la que va a marcar las nuevas reglas del juego. Aunque está formada por unos 140 países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo, y las decisiones, sobre el papel, se toman en consenso, la realidad ha demostrado una y otra vez que el consenso se ha limitado a la aplicación de los acuerdos adoptados con antelación por los miembros más fuertes: Estados Unidos, Canadá, la Unión Europea y Japón. Y, a pesar de la magnitud de sus decisiones, éstas son tomadas de forma no democrática por

¹ El pasado 31 de agosto de 2003, Norman Birbaum, profesor emérito de la Universidad de Georgetown decía en un artículo publicado en el diario *El País*: *«Los centros de investigación económica que propagan la teología del mercado constituyen su versión de la iglesia universal»*.

personas que no han sido elegidas por los ciudadanos, en detrimento de éstos y a favor de los intereses de las grandes corporaciones empresariales.

La OMC concreta sus actuaciones de reglamentación del comercio internacional a través de una serie de acuerdos, como el Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, el Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios o el Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, entre otros. Su funcionamiento se basa en una serie de principios que contribuyen a afianzar su poder en la sombra. En primer lugar, cuando un país decide ser miembro de la OMC acepta todos sus principios. Según el Tratado de Marrakech de 1994, que da origen a la organización, un país miembro no podrá poner reservas a sus disposiciones. El principio de nación más favorecida, por su parte, obliga a cada país miembro a no discriminar entre productos similares provenientes de proveedores de países distintos que pertenezcan a la OMC. Asimismo, cada país miembro debe tratar de la misma manera a los productos elaborados fuera de sus fronteras que a los propios, y, además, no puede subvencionar a las industrias o productos nacionales.

Pero el principio lógico fundamental de la OMC, y que rige toda su actuación, se basa en que la política de cualquier país miembro no ha de ser un obstáculo al libre comercio y, por tanto, debe llevarse a cabo de la manera menos restrictiva para éste. Cualquier medida política destinada a proteger el orden social o la salud pública, por ejemplo, nunca debe implicar una «barrera» para el comercio. El derecho de cada país a optar por todo aquello que considera más beneficioso para sus propios intereses y el de sus ciudadanos es confiscado reiteradamente por esta institución. Para resolver cualquier posible conflicto de intereses entre países, la OMC cuenta con una poderosa herramienta de imposición de sus principios: el Órgano de Solución de Diferencias, cuyas resoluciones son de obligado cumplimiento para los países miembros. En caso de incumplimiento, este órgano decide el importe de las sanciones que el país demandado debe pagar al demandante.

Algunos ejemplos de ello son bastante elocuentes. La Unión Europea fue condenada por el Órgano de Solución de Diferencias en mayo de 1999 al negarse a importar carne de ternera con hormonas de Estados Unidos y Canadá, por lo que suponía de peligro para la salud pública. Al no acatar la sentencia se le impuso una sanción, obligándole a pagar 116 millones de dólares a Estados Unidos y 13 a Canadá (Hunt, dic. 2001). La OMC considera que si se sospecha que un producto puede suponer una amenaza para la salud pública, éste sólo puede ser prohibido en el caso de que se haya demostrado científicamente su peligrosidad. Se trata de una terrible perversión consistente en aplicar a productos comerciales el principio legal de la presunción de inocencia, aplicable a las personas.

Por su parte, los Estados Unidos fueron obligados a retirar una ley que prohibía la venta de atún capturado con un determinado tipo de redes que provoca la muerte de los delfines, ley que había sido aprobada en 1988 siguiendo los criterios de la Convención sobre Comercio Internacional de Especies en Peligro de Extinción (Hunt, verano 2001). Esta prohibición fue considerada como otra «barrera» para el comercio.

Aplicando la misma lógica, si un país decidiera prohibir la comercialización de productos elaborados por niños o mano de obra esclava, podría ser obligado por la Organización Mundial del Comercio a retirar dicha prohibición por considerarla un obstáculo para el comercio, al violar los principios de trato nacional y nación más favorecida.

3.1. *El desmantelamiento de los servicios públicos: el AGCS*

Uno de los acuerdos más contestados de la OMC, a nivel internacional, es el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS o GATS, en sus siglas inglesas: General Agreement on Trade in Services). A través de este acuerdo, la OMC pretende que los gobiernos nacionales acaben con aquellas reglamentaciones que impidan la liberalización de los servicios públicos. Las negociaciones se llevan a cabo con gran secretismo, de espaldas a los propios parlamentos nacionales y a la sociedad civil, y es difícil llegar a vislumbrar las verdaderas implicaciones que tendrá en el futuro. Prueba de ello es el desconocimiento generalizado de la ciudadanía, e incluso de la clase política, sobre dicho acuerdo. Puesto que su objetivo fundamental es la liberalización de todos los servicios en todos los países y el sometimiento de las políticas nacionales a los dictámenes de la OMC, puede llegar a suponer el efectivo desmantelamiento de servicios hasta ahora públicos en la mayor parte de los países, como la educación, la sanidad, la protección medioambiental o la social, entre otros.

El contenido completo del acuerdo se puede encontrar en la página web de la OMC, <http://www.wto.org>, pero el texto ha sido redactado de forma tan ambigua y confusa que sólo una lectura detenida permite percibir el peligro que representa para los servicios públicos tal y como hoy los conocemos. Las grandes corporaciones multinacionales quieren imponer, a través de la OMC, su propia lógica de mercado para apoderarse de estos servicios, considerados como básicos para los ciudadanos y que, hasta el momento, en la mayoría de los países han estado especialmente protegidos por los poderes públicos. Según sus propias estimaciones, estos servicios públicos suponen el 22% del comercio mundial, y sólo el sector de la educación, por ejemplo, supone un volumen de negocio de 2 billones de dólares anuales, que en la actualidad están dejando de percibir o gestionar debido a la protección pública.

No hay mayor ejemplo de ambigüedad en la redacción del Acuerdo que la propia definición que ofrece de «servicio público». El artículo I, párrafo 3 (b) señala que el término «servicios» incluye «*todos los servicios de todos los sectores excepto aquellos suministrados en el ejercicio del poder gubernamental*». Esta definición, a primera vista inocente, aparece, sin embargo, inmediatamente matizada en el siguiente párrafo 3 (c), al establecer que «*un servicio suministrado en el ejercicio del poder gubernamental nunca podrá tener una base comercial ni entrar en competencia con uno o más proveedores de servicios*». De este modo, los servicios públicos de transportes o de correos, por ejemplo, por los que pagamos unas tarifas, tendrían una base comercial, por lo que, sobre la base del acuerdo, dejarían de ser considerados como públicos. Igualmente, los hospitales públicos dejarían de ser servicios públicos, puesto que entran en competencia con los hospitales privados. Y de la misma manera, toda la educación pública, desde la primaria

hasta la universitaria, caería bajo la misma consideración de competencia ilícita para la enseñanza privada.

Los servicios que quedan incluidos dentro del Acuerdo aparecen divididos en once grandes grupos: servicios para las empresas, de comunicaciones, construcción e ingeniería, de distribución, servicios educativos, ambientales, financieros, servicios sanitarios y sociales, turismo, actividades recreativas, culturales, y deportivas y transportes. Sólo quedan excluidos los bancos centrales, la justicia, la policía y la defensa nacional.

La privatización de los servicios culturales está contemplada, en nuestro contexto, dentro de los «Servicios de Comunicación» y de los «Servicios de ocio, cultura y deporte». Dentro de los Servicios de Comunicación se incluyen servicios de producción y distribución de películas y vídeos, servicios de proyección de películas, servicios de radio y televisión, servicios de transmisión de radio y televisión, y grabación de sonidos. Dentro de los Servicios de Ocio, Cultura y Deporte se incluyen servicios de espectáculos, servicios de agencias de noticias; bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales, y servicios deportivos y otros servicios recreativos.

Estos servicios pueden ser prestados de cuatro formas fundamentales. En primer lugar, un servicio puede ser prestado desde un país miembro con destino a otro país miembro. En segundo lugar, un servicio se puede prestar en el territorio de un país miembro pero estar destinado a los usuarios de servicios de otros países miembro. En tercer lugar, a través de la inversión de compañías de servicios de un país miembro en otro país miembro. Por último, a través del empleo de personal de un país miembro en otro país miembro. Quizás sea éste el modo más problemático, puesto que implica para las empresas la posibilidad de contratar trabajadores de otros países miembros obligándoles a desplazarse y obteniendo permiso de residencia tan sólo para el período que dure su contrato. La consecuencia inmediata es evidente: personal peor pagado por parte de las empresas provenientes de países en vías de desarrollo y socavamiento de los derechos laborales adquiridos en los países desarrollados.

A pesar del estrepitoso fracaso que supuso el encuentro de Seattle en 1999, las sucesivas rondas de negociaciones de la Organización Mundial del Comercio para conseguir la progresiva liberalización de los servicios públicos siguen adelante, si bien con algo de retraso sobre sus pretensiones iniciales. El 31 de marzo de 2003 era la fecha límite para que cada país entregara su propia lista de aquellos servicios que está dispuesto a liberalizar, pero esta fecha fue aplazada al menos hasta la reunión de Cancún de septiembre de 2003. El nuevo fracaso de esta reunión, tras la alianza de países como Brasil, China, India o Argentina contra el proteccionismo agrícola de Estados Unidos y la Unión Europea, supuso de hecho otra demora en el calendario de la comercialización de los servicios públicos.

El tema no es baladí, ya que, a la vista del propio acuerdo, resulta casi imposible que un país que haya comprometido un determinado servicio pueda arrepentirse después y retirar dicho compromiso, ya que aquellos países que se puedan sentir perjudicados por la decisión pueden exigir una compensación. De este modo, los compromisos adquiridos se convierten de hecho en definitivos e inquebrantables.

3.2. *Implicaciones del AGCS para bibliotecas y archivos*

La amenaza sobre bibliotecas y archivos se cierne ya desde la propia relación de servicios que la OMC ha señalado como susceptibles de caer bajo la influencia del AGCS. La lista completa de estos servicios se puede consultar en la página web de la OMC, http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/mtn_gns_w_120_e.doc, y, como se puede comprobar, en ella aparecen incluidas las bibliotecas, los archivos y los museos dentro del apartado 10 (Servicios recreativos, culturales y deportivos).

Pero, ¿cómo se concreta esta amenaza para las bibliotecas públicas y los archivos? Muy fácil: siguiendo los principios que rigen a la propia OMC, así como las propias consideraciones del AGCS. Una empresa privada que pueda ofrecer servicios de información cercanos a aquellos ofrecidos por las bibliotecas y los archivos públicos puede demandar del gobierno del país el mismo trato que aquellos, o, lo que es lo mismo, la misma financiación pública. Esto obligará a los gobiernos a dejar de financiar los sistemas de bibliotecas y archivos públicos, y, de este modo, el acceso a la información, a la lectura, al conocimiento y a la cultura, que son funciones básicas cuyas pasarán al dominio del mercado y sólo serán posibles previo pago.

Las bibliotecas públicas son un instrumento básico para el acceso libre de todos ciudadanos, sin discriminación de ningún tipo, al conocimiento, la información y la cultura, y así ha sido entendido por organismos internacionales como la UNESCO. El Manifiesto IFLA/UNESCO sobre la biblioteca pública de 1994 ya señalaba:

La libertad, la prosperidad y el desarrollo de la sociedad y de la persona son valores humanos fundamentales que sólo podrán alcanzarse si ciudadanos bien informados pueden ejercer sus derechos democráticos y desempeñar un papel activo dentro de la sociedad. La participación constructiva y la consolidación de la democracia dependen de una buena educación y de un acceso libre e ilimitado al conocimiento, el pensamiento, la cultura y la información. La biblioteca pública, paso obligado del conocimiento, constituye un requisito básico de la educación permanente, las decisiones autónomas y el progreso cultural de la persona y los grupos sociales. Este Manifiesto proclama la fe de la UNESCO en la biblioteca pública como fuerza viva de educación, cultura e información y como agente esencial de fomento de la paz y los valores espirituales en la mente del ser humano.

Tal y como las conciben la UNESCO y la IFLA, las bibliotecas públicas deben ser gratuitas, y deben estar financiadas y bajo la responsabilidad de las autoridades nacionales y locales, que deben establecer legislaciones específicas para ellas. Todo esto, como podemos ver, choca diametralmente con las estrategias de la OMC de inclusión de las bibliotecas públicas entre los servicios que pueden ser desregulados y comercializados.

Por su parte, en nuestro país, como ocurre en la mayor parte de los países, los archivos cumplen también una función social democrática al permitir a los ciudadanos acceder a los documentos administrativos como vía de cumplimiento del artículo 20 de la Constitución Española sobre el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz, así como acceder al patri-

monio documental, dado el derecho al disfrute del patrimonio cultural e histórico que aparece plasmado en el artículo 46 de la misma Constitución. Y, aunque estas disposiciones constitucionales no han sido suficiente y claramente desarrolladas posteriormente, los archivos aparecen en la legislación vigente como servicios públicos destinados a los ciudadanos con fines de investigación, información, culturales y de gestión administrativa. Es función de la administración pública garantizar el acceso de los ciudadanos a los documentos, así como la confidencialidad de los datos que sobre ellos aparecen en dichos documentos.

El peligro que supone el que estos servicios archivísticos pasen al dominio del comercio es real, por cuanto es difícil que en este caso se pueda garantizar el derecho a los ciudadanos al acceso a los documentos y a la confidencialidad de los datos que obren en poder de la Administración sobre ellos, tareas que la legislación española vigente asigna a los funcionarios públicos. De hecho, ante la falta dramática de personal y medios en los archivos públicos españoles, se está convirtiendo en práctica habitual la externalización de los servicios de archivo a empresas privadas, lo que choca frontalmente con las exigencias constitucionales. En palabras de Torreblanca (2001):

... el principal obstáculo, a este tipo de servicios contratados, es que conculca el art. 169.4 de la LCAP—Ley de Contratos de las Administraciones Públicas—, ya que el objeto de estos contratos alcanza al ejercicio de la autoridad inherente e irrenunciable de la institución sobre su propio archivo y el patrimonio documental que lo forma. Debe tenerse en cuenta [...] que es responsabilidad de los funcionarios públicos la custodia de los documentos que tienen encomendados en razón de su cargo, así como el deber de sigilo y de guardar la confidencialidad necesaria respecto de los asuntos y documentos que tienen confiados.

Esta externalización de servicios de archivos no es ajena al ámbito de las bibliotecas, dada la carestía de medios y personal para cumplir con las funciones que les están encomendadas, y supone un debilitamiento de los derechos de los ciudadanos fácilmente utilizable bajo los nuevos paradigmas de la OMC como excusa para la privatización y comercialización de dichos servicios de biblioteca y archivo. Lo que deberíamos exigir a las administraciones públicas es su compromiso para la dotación de recursos humanos y materiales suficientes para que archivos y bibliotecas puedan garantizar a los ciudadanos sus derechos de acceso a la cultura, la información, la investigación y la gestión administrativa que le están reconocidos a nivel legislativo.

Al menos 13 países han hecho peticiones ya para la liberalización de servicios bibliotecarios a la competencia internacional dentro del marco del AGCS, entre ellos Estados Unidos, Japón, Singapur e Islandia. Para nuestro alivio, al menos en las primeras rondas de negociaciones, la Unión Europea no parece dispuesta a abrirse al mercado internacional en este terreno, de momento.

Las primeras asociaciones en lanzar la voz de alarma sobre lo que podría suponer este acuerdo para las bibliotecas públicas fueron la British Columbia Library Association y la

Canadian Library Association, que comenzaron a dar las primeras explicaciones sobre el AGCS a la comunidad bibliotecaria internacional. Ya en la Conferencia General de la IFLA (International Federation of Library Associations and Institutions), celebrada en Jerusalén en agosto de 2000, se celebró un encuentro sobre «las bibliotecas y la Organización Mundial del Comercio» en el que participaron, entre otros, Paul Whitney, de la Burnaby Public Library, que había representado a la IFLA en el famoso, por malogrado encuentro de la OMC en Seattle. A partir de ese momento, organizaciones profesionales de todos conocidas, como la ALA o la propia IFLA, comenzaron a manifestar públicamente su preocupación por el futuro que para las bibliotecas podía representar el AGCS (<http://www.vcn.bc.ca/bcla-ip/globalization/ala-res-wto.html>, <http://www.ifla.org/III/clm/p1/wto-ifla.htm>) e, incluso, a posicionarse radicalmente en contra. En la declaración del año 2001 de la IFLA se puede leer:

Aunque apoya el derecho de los países miembros de la Organización Mundial del Comercio a promover y alimentar la cultura nacional, IFLA se opone a cualquier obstáculo a la libre circulación internacional de información producida legalmente y contenidos culturales coleccionados o distribuidos por las bibliotecas habitualmente. IFLA se opone a cualquier tarifa, impuesto o tasa sobre la importación de información impresa en papel o en soporte digital. Tales medidas tienen el potencial de reprimir la libertad intelectual.

En este sentido, también EBLIDA (European Bureau of Library, Information and Documentation Associations) ha expresado a finales del año 2002 su más absoluto rechazo a la liberalización del sector en la Unión Europea, como se puede ver en la declaración que aparece en su propia página web (http://www.eblida.org/topics/wto/econsult_jano3.htm), de la que entresacamos apenas dos líneas:

EBLIDA urge a la Unión Europea a no aceptar ninguna petición que suponga la ampliación del sector y/o eliminar las restricciones existentes en el subsector Bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales.

Frode Bakken, presidente de la Norwegian Library Association y miembro del comité ejecutivo de EBLIDA, en su alocución a la Asamblea de las Regiones Europeas celebrada en Brixen/Bressanone el 18 de octubre de 2002 (de la que salió una declaración de los Ministros de Cultura de las Regiones europeas en contra del AGCS) señaló la necesidad de que los gobiernos nacionales y regionales no firmaran compromisos que supusieran para las bibliotecas, los archivos y los museos europeos caer bajo los auspicios de las negociaciones de la Organización Mundial del Comercio (Bakken, 2002).

Lo que resulta inexplicable es la inhibición de las asociaciones profesionales españolas en este importante asunto que presenta un futuro tan poco prometedor para las bibliotecas, los archivos y los museos públicos. Confiamos en que comiencen a interesarse en ello, por cuanto se espera de ellas que, lo mismo que sucede en el plano internacional, actúen como interlocu-

tores del poder político, defendiendo y garantizando que la prestación de estos servicios siga siendo pública.

3.3. *Propiedad intelectual versus libre acceso al conocimiento*

Pero no sólo los servicios públicos están en el punto de mira de la Organización Mundial del Comercio. En el mismo año de fundación de la institución, 1995, salía a la luz el Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC, o TRIPS en sus siglas inglesas: Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights). El alcance de este acuerdo va mucho más allá de lo que tradicionalmente se ha considerado como propiedad intelectual, pues incluye los derechos de artistas, autores, emisión de radio y televisión, diseño industrial, marcas, etc., y además introduce por primera vez la posibilidad de patentar organismos vivos como semillas, plantas o microorganismos. De esta forma, numerosas empresas farmacéuticas están patentando especies vegetales que sólo se encuentran en países en vías de desarrollo, imposibilitando a éstos su uso a partir de este momento si no es previo pago a dichas empresas de los correspondientes derechos de propiedad. Antes del ADPIC, países como India o China, que no reconocían patentes sobre medicamentos finales, podían permitirse fabricar medicamentos genéricos a un coste considerablemente inferior al impuesto por las compañías farmacéuticas, que podía llegar a ser hasta un trece por ciento más barato que en aquellos países que aceptaban las patentes sobre productos finales, como Pakistán. Ante la presión ejercida por la sociedad civil y las ONGs, como Oxfam o Médicos Sin Fronteras, a favor del acceso universal a medicamentos esenciales, principalmente en los países más desfavorecidos, la OMC ha llegado a un acuerdo para que estos países puedan importar genéricos. Este acuerdo ha sido muy criticado por las organizaciones no gubernamentales porque consideran que tan sólo favorece a las empresas farmacéuticas occidentales, supone en realidad poner más trabas a la producción de medicamentos genéricos y, a la larga, asegurará el monopolio para las grandes farmacéuticas. De hecho, tal y como recogía el diario *El País* el pasado 31 de agosto (p. 26),

el acuerdo obliga a los países pobres a declarar emergencia sanitaria, y tanto importadores como exportadores deben liberar de patente el fármaco, que llevará una etiqueta o envasado especial para evitar que se revenda en el Norte. Las ONG expresaron ayer su disconformidad y temor a que se hunda la industria de genéricos.

El ADPIC no es sino una etapa más en el camino de la sobreprotección de los detentadores de derechos a través del cambio de la legislación sobre propiedad intelectual, propiciada por los grandes grupos empresariales. En palabras de Philippe Quéau (2000), director de la División de la Sociedad de la Información de la UNESCO hasta el pasado mes de agosto de 2003 y firme defensor del acceso público a la información y al conocimiento,

la 'revolución multimedia' ha servido de detonante y de pretexto para lanzar un ciclo general de revisión del derecho de la propiedad intelectual, que comenzó en 1976 con la revisión de la

ley sobre los derechos de autor (Copyright Act) en los Estados Unidos. Las directivas europeas sobre las bases de datos o sobre la protección de los programas informáticos, los dos tratados de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) adoptados en 1996 (tratado sobre las interpretaciones, ejecuciones y los fonogramas y tratado sobre el derecho de autor), la Digital Millennium Copyright Act (ley sobre los derechos de autor para el milenio digital) o la Sonny Bonno Copyright Term Extension Act (ley Sonny Bonno sobre la extensión de la duración de los derechos de autor) adoptados en octubre de 1998 en los Estados Unidos, el acuerdo sobre los Adpic, etc., testimonian una fuerte bulimia jurídica.

La creación, artística e intelectual, no surge de la nada, sino que se basa siempre en ideas anteriores que forman la base del patrimonio cultural de la humanidad. Además, gran parte del conocimiento que se produce ha sido financiado por el sector público y, sin embargo, es aprovechado por las corporaciones empresariales para desarrollar patentes, bases de datos, etc., por las que después habremos de pagar derechos de propiedad intelectual aquellos que las financiamos, o sea, el conjunto de los ciudadanos.

En este sentido, se hace necesario compartir los esfuerzos de la UNESCO hacia una reflexión generalizada sobre la necesidad de definir, defender y promover el acceso a lo que serían «bienes públicos mundiales» dentro del dominio público y, por tanto, fuera del alcance de los intereses de las corporaciones empresariales. Desde los resultados de investigaciones financiadas por fondos públicos al genoma humano o las semillas, toda una miríada de saberes, información y productos esenciales deberían estar al alcance público del conjunto de la humanidad.

Recientemente, John Sulston, Premio Nobel de Medicina en 2002 y principal cabeza visible del Proyecto Genoma Humano Público, declaraba (*El País*, 4 de octubre de 2003, p. 28):

Un proyecto genoma en manos exclusivamente privadas hubiera sido un desastre para la humanidad, al menos durante un tiempo. La primera razón es que, si esa información básica tan importante hubiera estado sólo en una base de datos privada, sólo hubieran podido acceder a ella los que tenían suficiente dinero, es decir, los norteamericanos y los países europeos mejor financiados. Pero hay una segunda razón que hubiera afectado por igual a los investigadores ricos y pobres. Si tienes una base privada, tienes que hacer contratos individuales con cada cliente, y el cliente se compromete por escrito a no comunicar los datos a nadie más. Esto puede funcionar bien en algunas áreas, pero los datos genómicos son tan básicos y complejos que los investigadores que hubieran firmado con Celera no hubieran podido publicar ningún resultado de su trabajo, puesto que el artículo sería inaceptable sin los datos protegidos por el contrato. Esto hubiera obstruido enormemente la investigación.

Para terminar este apartado, citamos también al economista estadounidense Jeremy Rifkin, que en una entrevista publicada en el suplemento dominical de *El País* (22 de octubre de 2000) decía: «El gran combate que nos preparan está entre la cultura y el comercio. Quizás si gana el comercio, la cultura puede acabarse para siempre».

4. Medios de comunicación de masas

La mercantilización en los medios de comunicación de masas no es una amenaza, como en el caso de las bibliotecas y los archivos, sino un hecho. Los primeros periódicos no dependientes de partidos políticos tenían ya un carácter marcadamente comercial. Actualmente, lo que favorece la globalización principalmente es el proceso de concentración de medios, proceso paulatinamente facilitado por modificaciones legislativas. Un ejemplo reciente (junio de 2003) está en el proceso de liberalización norteamericana que intentó impulsar la Comisión Federal de las Comunicaciones, proceso que pretendía trastocar las reglas de la competencia en el ámbito mediático estadounidense, favoreciendo la concentración empresarial y, por tanto, a los grandes grupos como Walt Disney, American On Line, Time Warner, General Electric o New Corp (del magnate Murdoch). En un artículo reciente (*El País*, 3 de julio de 2003), José Miguel Oviedo comentaba los cambios que introducía esta nueva regulación², que confirma una tendencia «*que se venía notando desde los años de Ronald Reagan, para cuya administración la información era un negocio como cualquiera*». Uno de los representantes de esta Comisión en la época de Reagan comentaba que un receptor de televisión es simplemente «una tostadora con imágenes». Este zafio comentario revela certeramente qué concepto tienen de los derechos ciudadanos representantes cualificados de la ideología neoliberal. Pero veamos cómo los medios de comunicación de masas no pueden ser contemplados como una mercancía más.

En la actualidad, los medios de comunicación de masas cumplen funciones culturales, de ocio, de formación, de socialización, etc. La que nos interesa en este artículo especialmente es la función informativa, en tanto que proveen a los ciudadanos de noticias, datos, análisis y opiniones sobre asuntos de interés público. Gracias a esta función se forma la opinión pública. En este sentido, los medios son el cauce principal para el espacio público contemporáneo. Gobernantes y oposición los utilizan para hacer llegar a los ciudadanos sus planteamientos, propuestas, críticas, etc. En definitiva, son el vehículo del debate público (nos referimos con «público» al público y a lo público), en el que «*se confrontan las opciones plulares, se conforma la voluntad general, se establece la agenda pública y se controla al gobierno*» (Gil Calvo, 2002).

Para que los ciudadanos puedan ejercer el derecho a la información en el ámbito político, es necesario fomentar la existencia y desarrollo de medios de comunicación que cumplan adecuadamente la misión de difundir información política. Estos medios de comunicación, si quieren cumplir realmente una misión democrática, deben tener autonomía jurídica y económica (Fiss, 1999).

Para la tradición política liberal, una prensa libre y crítica es un componente esencial del sistema (Muñoz-Alonso, 1990). El grado de libertad de la prensa ha sido considerado como

² En septiembre de 2003 esta regulación fue rechazada por el Senado estadounidense. Sin embargo, no es fácil que los intereses empresariales desistan de sus propósitos.

una especie de termómetro de la salud del régimen democrático. Esta concepción está ligada a la idea de la prensa como contrapoder y como cauce de expresión de la opinión pública. Sin embargo, el optimismo de esta tradición liberal fue pronto puesto en entredicho por las corrientes de pensamiento crítico, como el marxismo, que enseguida constata que los medios son propiedad de la clase burguesa, favorecen sus intereses, promueven una falsa toma de conciencia de la clase trabajadora y niegan el acceso a la oposición política (McQuail, 2000).

En esta línea, a mediados del siglo XX el sociólogo norteamericano C. W. Mills (1956) dice:

tenemos motivos para creer que dichos medios han ayudado menos a ampliar y animar las discusiones de los públicos primarios que a transformarlos en una serie de mercados para esos medios, dentro de una sociedad de masas.

Otros autores críticos como Habermas, Chomsky, Bourdieu, Gitlin, etc. completan este pensamiento. Para el primero, los medios de comunicación han sido los agentes de la transformación de la que hablaba Mills y que ha subvertido el sentido crítico de la opinión, ya que su acción se dirige actualmente a «fabricar» la opinión. Por tanto, «*han propiciado la inversión de la pretensión liberal mediante la construcción de la opinión pública «escenificada», convertida así finalmente, en un mecanismo que bien puede ser instrumentalizado para satisfacer intereses o dominar*» (Habermas, 1978). Con esto tiene que ver también el hecho de que el ciudadano pase a ser tratado como mero consumidor de mercancías (noticias, en este caso), no como individuo razonador, lo que legitimaba el concepto liberal de opinión pública dialógica a partir del que se construye un consenso en torno al interés general.

McQuail (2000) recoge los puntos de denuncia de la teoría político-económica crítica, cuya principal fuente de inspiración es el marxismo y cuyo enfoque se centra en la actividad mediática como un proceso económico que produce mercancías (productos mediáticos y audiencias, que son «vendidas» a los anunciantes):

- La lógica y el control económicos son determinantes.
- Las estructuras mediáticas tienden a la concentración.
- Crece la integración mediática mundial.
- Contenidos y audiencias son convertidos en mercancías.
- Disminución de la diversidad (pluralismo).
- Marginación de las voces alternativas y de oposición.
- El interés público queda subordinado a los intereses privados en la comunicación.

Este panorama está en consonancia con el hecho de que el sector público de los medios de comunicación de masas se haya debilitado considerablemente, así como su control directo de las telecomunicaciones (sobre todo en Europa occidental), ante las banderas de la «desregla-

mentación», la «privatización» y la «liberalización», que se presentan a la opinión pública como la consecución de mayores cotas de libertad para los ciudadanos, cuando la realidad es que sólo suponen mayores cotas de libertad para las grandes empresas.

Chomsky incide en la importancia que tiene el consenso de la opinión pública, que no surge espontáneamente, sino que es fabricado industrialmente como cualquier otra mercancía. En este sentido, Hierro (1998) afirma:

La información o la opinión que aparecen en los medios no es el producto de un consenso o de un diálogo social, sino la manifestación de una línea editorial fijada por su equipo directivo y, en última instancia, por su Consejo de Administración. El modelo de los medios de información no es, evidentemente, el de una democracia de opinión.

La pretensión de aparecer como portavoces de la opinión pública es, por tanto, una fábula. Por el contrario, los medios de comunicación tienen el cometido de que los ciudadanos acepten los intereses de las empresas, y para conseguir esto hacen falta cinco elementos (Herman y Chomsky, 1988):

1. Concentración de la propiedad privada de los medios.
2. Financiación mediante la publicidad.
3. Dependencia de la información suministrada por el Gobierno o las grandes empresas.
4. Disciplinar a los profesionales de la información. Para ello, la precariedad laboral es un elemento fundamental.
5. Construcción de un gran enemigo exterior. Durante la guerra fría, el enemigo era el comunismo, ahora es el terrorismo.

La consecuencia directa de todos estos procesos para la democracia es la reducción de la «esfera pública» o el «espacio público», un espacio público necesario para el ejercicio de la democracia «deliberativa» y que debe servir para fijar la agenda de los asuntos públicos. Esta agenda, hoy día, se fija fuera de las estructuras democráticas y de acuerdo con los intereses de los poderes económicos. Según Moncada (2000):

A los medios les corresponde ahora lo que antes hacían los gobiernos, dirigir la atención hacia los temas que a los poderes les interesan en cada momento, evitando que se ocupen de otros que puedan ser más importantes o que puedan ser tratados de una manera distinta. Con la estrategia del entretenimiento a toda costa, con la saturación de la publicidad comercial y con las opacidades tan queridas por los poderes, resulta que los ciudadanos pueden estar cada vez más marginados y confusos acerca de sus verdaderas necesidades.

La reducción del espacio público se hace patente, para Moncada, en estrategias como la prohibición de permitir la discusión en los lugares de trabajo por parte de muchas empresas, las limitaciones policiales para usar la calle y los lugares públicos para manifestarse, o la preten-

sión de confinar la política en los parlamentos y en otras instituciones que se han revelado insuficientes.

4.1. *Pluralismo informativo, mercado y democracia*

La democracia no es sólo el gobierno de la mayoría. Un elemento imprescindible en cualquier democracia es el respeto a las minorías, respeto que debe llegar al punto de facilitar los mecanismos para que éstas se puedan convertir en mayorías. En esta idea insiste Estévez Araujo (1994), que incluso propone la «institucionalización» de la desobediencia civil en los ordenamientos constitucionales, para facilitar la interpretación de la Constitución como proceso histórico y social sujeto a permanente revisión. Pues bien, la posibilidad de que una minoría pueda convertirse alguna vez en mayoría sólo puede materializarse asegurando el pluralismo (político, ideológico, cultural, informativo, etc.). En palabras de C. Soria (1983), «*el pluralismo político e ideológico [...] constituye una de las líneas maestras de la organización político-social de carácter democrático*».

En nuestro ordenamiento jurídico se otorga un papel esencial al pluralismo político; tanto es así que el primer artículo de la Constitución Española lo declara valor superior de nuestro Estado. Concretamente, el artículo 1.1. dice:

España se constituye en un Estado social y democrático de Derecho, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo político.

Sin embargo, la democratización de la comunicación constituye una de las «asignaturas pendientes» de los regímenes constitucionales contemporáneos (Rallo, 2000), que no han prestado suficiente atención al emergente poder mediático. Analizando el caso de España, Rallo afirma que el pluralismo no está garantizado y que no existen mecanismos jurídicos para esta función. En lo que se refiere a los medios públicos, «*las previsiones normativas no escapan a la mera formulación de «retóricos principios» no acompañados de instrumentos de verificación y control*». El constituyente de 1978 creyó encontrar dos soluciones para los peligros de falta de pluralismo en los medios públicos. Por un lado, frente a la gubernamentalización que habían sufrido en el pasado, se propuso la «parlamentarización» de su control. Por otro lado, frente a una tradición propagandista, se propugnó el acceso de los grupos sociales y políticos más significativos a estos medios. Ninguno de los dos instrumentos ha funcionado satisfactoriamente, afirma Rallo. El control de la televisión pública por medio del Parlamento no ha evitado la gubernamentalización de la misma, especialmente cuando los partidos gobernantes están en mayoría absoluta. En cuanto al derecho de acceso de los grupos sociales y políticos significativos, ha sido totalmente ignorado fuera de los períodos de campaña electoral, ya que no ha existido desarrollo normativo a partir del artículo 20.3 y no hay

criterio alguno para determinar qué grupos pueden considerarse significativos, ni [se] fija cauce alguno para que hagan valer sus pretensiones, ni [se] articula, en fin, medios de reacción para el caso de que se consideren discriminados. (Fernández Farreres, 2002).

Si los medios públicos han caído bajo una indeseada gubernamentalización impidiendo el adecuado pluralismo informativo, la solución podría estar en los medios privados, como muchas voces defienden. En este ámbito, el acento se ha puesto en la libertad de expresión. Pero la libertad de expresión se quiere convertir en «libertad de expresión comercial» (Mattelart, 2002), con la pretensión de que ésta sea un nuevo «derecho humano». Y, si bien tanto la empresa como el periodista tienen *teóricamente* asegurada su libertad de expresión, puede suscribirse con Rallo que «no basta una prensa libre, un periodista libre, para tener un ciudadano informado», sino que una comunicación democrática exige que éste sea receptor de la pluralidad de opiniones, ideas y creencias para poder formar su opinión libremente. Pero es claro que la libertad de expresión que esgrimen las empresas mediáticas es una añagaza. Así lo explica Mariano Cebrián (2002):

... los medios que se sienten atacados suelen acudir al argumento de la libertad de expresión. Pero cuando las asociaciones de usuarios amenazan y efectúan el boicot a los productos que se anuncian en tales programas y consiguen que el programa se quede sin publicidad, éste apenas aguanta la programación. Lo cual evidencia que no se programaba en función de la libertad de expresión sino con el objetivo de la rentabilidad económica que el contenido o el enfoque del programa aportaba.

No parece que el pluralismo político que proclama la Constitución se cumpla por el camino de la libertad de empresa, sino que sería necesario el camino de «un ejercicio del derecho fundamental a la información que garantice el acceso a los medios de los grupos sociales y políticos significativos y que respete el pluralismo de la sociedad» (De la Cuadra, 1999). Para ello, la titularidad de los medios (pública o privada) no es lo más importante, sino que lo más importante es que el campo de juego en el que los medios —públicos o privados— deben desempeñar su función es el marco constitucional. El interés público exige una respuesta de los poderes públicos que tenga como referentes de la protección a los ciudadanos, y no sólo a las empresas informativas y a los periodistas. Lo importante —seguimos a Rallo— es implantar los mecanismos que garanticen una información objetiva, veraz, imparcial y plural. En esta línea van iniciativas como la de exigir un consejo audiovisual, órgano existente en todos los países de la Unión Europea menos en España y en Luxemburgo. El pasado mes de julio de 2003, el Defensor del Pueblo impulsó un manifiesto suscrito por diversas organizaciones cuyo propósito era precisamente éste (*El País*, 27 de julio de 2003, p. 53).

Son muchos los autores que coinciden en señalar que

el mayor peligro para el libre acceso de los ciudadanos a la información y para permitirles llegar a una «opinión» no proviene ya [...] de las limitaciones formales a la libertad de expresión...

[sino que]... obedece fundamentalmente al proceso de concentración de la propiedad de los medios en menos manos cada vez... así como a la aparición de los medios y agencias transnacionales que dictan de un modo sorprendentemente eficaz cuáles son los hechos sobre los que debe informarse y cómo. (Vallespín, 2000).

Las empresas informativas evaden la responsabilidad social que deberían asumir a la hora de informar a los ciudadanos y tratan la información como una mercancía más, ignorando su función social. La difusión de la cultura, la defensa de la democracia y la libertad, la formación ética de los ciudadanos, la neutralidad de las informaciones, quedan supeditadas a la lógica del beneficio (Álvarez Puga, 1996). Desgraciadamente, los esquemas políticos neoliberales renuncian a la defensa de los derechos ciudadanos. Por ello, no sorprende que el partido gobernante en España (PP), defensor a ultranza del neoliberalismo, lleve tiempo intentando derogar la condición de servicio público para la información que dan los medios televisivos. En junio de 2003, el Gobierno decidió aparcar un anteproyecto de Ley General de la Radio y la Televisión por motivos de «oportunidad política». Dicho anteproyecto permitía ya eludir la consideración de servicio público.

El efecto político de esta lógica empresarial es claro para muchos autores. Así, Chomsky (1992) señala que los medios cumplen el propósito de «*inculcar y defender el orden del día económico, social y político de los grupos privilegiados que dominan el Estado y la sociedad del país*», lo que llevan a cabo «*mediante la selección de los temas, la distribución de los intereses, la articulación de las cuestiones, el filtrado de la información, el énfasis y el tono, así como manteniendo el debate dentro de las premisas aceptables*». Con estas premisas, están claros los límites al pluralismo: aquellas expresiones que aboguen por la defensa del orden que privilegia a los grupos dominantes serán amplificadas, pero aquéllas que cuestionan el sistema serán ahogadas (naturalmente, no hacen falta censuras formales). De manera que difícilmente los medios van a promover el cambio social, requisito de una concepción pluralista de la sociedad. El sociólogo Alberto Moncada (2000) expresa claramente este déficit democrático:

Una sociedad civil en la que no estén presentes las tensiones permanentes entre el mundo del capital y el trabajo o en la que se supriman o amortigüen las opiniones menos conformistas es una sociedad civil hecha a la medida de los deseos del poder económico.

Naturalmente, los intentos de velar por el derecho de los ciudadanos a recibir una información de calidad son rechazados como ataques a la libertad de expresión por parte de los propietarios de los medios de comunicación. La libertad de expresión es el recurso más utilizado por los poderosos para imponer sus postulados. En mayo de 2003, un tribunal federal de Washington bloqueaba una ley aprobada seis meses antes que limitaba la financiación electoral. Se trataba de una ley que pretendía reducir las voluminosas donaciones que las grandes empresas hacen a los políticos a cambio de recibir un trato favorable cuando éstos lleguen al poder. Los jueces que votaron en contra de esta ley entendían que las donaciones a las campa-

ñas electorales son un ejercicio de la libertad de expresión que no debe ser limitado (*El País*, 4 de mayo de 2003, p. 3).

Los defensores del modelo de mercado «olvidan» que la prensa no es titular de la libertad de expresión. Como dice Gil Calvo (2002), el derecho a *informar* libremente, que identifica y caracteriza a la prensa, sólo es un derecho secundario e indirecto, al estar derivado del prioritario derecho a *informarse* libremente, del que son titulares los ciudadanos. Igualmente, el Código Europeo de Deontología del Periodismo, aprobado por el Consejo de Europa en 1993, señala que el titular del derecho a la información es el ciudadano, de manera que ni los periodistas, ni los poderes públicos, ni los empresarios de los medios, son los propietarios de la información (Bezunartea, 2002). Por ello, el ciudadano puede exigir que los poderes públicos o los tribunales le garanticen su derecho a una información veraz y honesta. Sin embargo, los defensores del mercado insisten en tratar a los ciudadanos como consumidores de noticias y opiniones que eligen libremente los productos que quieren consumir. La competencia, según ellos, induce a los consumidores a decidir lo que quieren comprar, mantiene los precios bajos, eleva la calidad y obliga a los proveedores de información a innovar continuamente. Unos medios de comunicación controlados por propietarios particulares diversos son un baluarte de la libertad. En esta lógica, la competencia garantiza la libertad de entrada en el mercado de cualquier opinión a cualquier empresa que crea tener algo que los consumidores deseen escuchar, leer o contemplar. Por tanto, para los defensores de este modelo los medios de comunicación dirigidos por el mercado atienden tanto a audiencias masivas como minoritarias, librándolas de los burócratas.

Frente a esta visión idílica, el panorama que se observa tiene otra lectura radicalmente distinta. No es difícil constatar que las empresas propietarias y las empresas anunciantes presionan de diversas maneras a los medios para la elaboración de la agenda informativa. Sobre la presión de las empresas anunciantes son ilustrativos los datos que aporta Díaz Nosty (dir.) en el *Informe Anual de la Comunicación 2000-2001*. En noviembre de 1999 se pasó una encuesta a 125 responsables de diarios editados en España, aunque contestada sólo por 51 directores. A la pregunta «*En la construcción de la agenda informativa de su diario, ¿se asume como valor convenido el respeto a los intereses de los anunciantes?*», el 67,7% responde afirmativamente, y a la pregunta «*Durante los cinco últimos años, ¿ha sufrido algún tipo de presión por parte de los anunciantes sobre el contenido de la información de su diario?*», el 80,4% responde que sí. El tipo de presión se concreta en intentar la inclusión de una noticia o comentario (68,9%), intentar evitar la publicación de una noticia (80%) e intentar modificar el contenido de una información (66,7%). Mientras uno repasa estos datos no puede dejar de sospechar que la situación en televisión es probablemente más aguda. Por otro lado, cuando la empresa es propietaria del medio, y más si su actividad principal no es la mediática, no es necesario ejercer presiones; simplemente se confecciona la información al gusto de los dueños.

En Estados Unidos, no es raro que una empresa se dedique al sector de armamento y posea una cadena de televisión. Por supuesto, no hay ningún control público a la información que

emite esa cadena en un conflicto bélico. Y ya hemos visto hasta dónde puede llegar la manipulación informativa cuando se pretende dirigir a la opinión pública hacia un estado de guerra permanente. La agresión a Iraq en marzo de 2003 estuvo sazonada con toda clase de tergiversaciones y falseamiento de datos. Un artículo de Jonathan Turley aparecido en *Los Angeles Times* el 19 de agosto de 2003 revelaba que el Departamento de Defensa de Estados Unidos había contratado a un antiguo productor del programa televisivo *Policías* para filmar la posguerra en Irak con un enfoque propagandístico. En el mismo artículo se comentaba la larga historia de productos audiovisuales de propaganda, detrás de los que está el Pentágono, así como la intervención de los militares en la revisión de los guiones de las películas de Hollywood (aunque esta intervención sea gubernamental, no hay que olvidar el poder de presión sobre el gobierno del complejo industrial-militar en Estados Unidos). Y no sólo se trata de la información en conflictos bélicos. Pensemos también en casos de corruptelas económicas en las que esté implicada la empresa propietaria de una cadena, o en casos de riesgos nucleares, cuando la empresa propietaria de la cadena se dedica a la energía nuclear. Pues bien, ante las mentiras mediáticas la opinión pública está indefensa, ya que en absoluto son castigadas por vía judicial.

También Sartori (2000) refuta la lógica del mercado, o de la información-mercancía que sólo se interesa por la audiencia (en el caso de la televisión) y desprecia la calidad. Según él, no cabe establecer analogía entre la competición entre televisiones —que es una competición distorsionada— y la genuina competición de mercado. Ésta se basa en tres elementos:

- a) el coste-precio,
- b) la calidad del producto,
- c) la relación precio-calidad. La interacción de estos elementos se traduce en beneficio del consumidor. Sin embargo, de la competencia televisiva no sale ningún beneficio para el oyente-consumidor, sino que éste es prácticamente impotente en una situación de pseudo-mercado.

La razón es que en el llamado mercado televisivo no se pone el precio a un producto que el consumidor elige, sino que los productos por los que se establece un precio no son los programas, sino los espacios publicitarios. Los programas sirven a la televisión para formar paquetes de espectadores que, a su vez, son potenciales clientes que se venden a las empresas anunciantes. Así que los verdaderos consumidores que pagan, los que tienen el poder de elección y contratación, no son los espectadores, sino las empresas que compran su atención con su publicidad. Por tanto, insiste Sartori, nos encontramos ante procesos competitivos perversos que no redundan en ventajas para los consumidores, y que, además, nivelan y bajan la calidad de la oferta.

Desde otra perspectiva, Sánchez González (1996) detecta, entre otros, los siguientes puntos débiles:

- 1) Es ilusorio creer en la existencia de verdades objetivas en el campo de las ideas, y la historia nos muestra que los hombres han vivido siempre con prejuicios ideológicos, raciales y de todo tipo, por lo que «¿en nombre de qué es posible sostener que la competencia entre ideas producirá un átomo de verdad?».
- 2) La más somera observación nos demuestra que no todas las ideas tienen acceso al mercado, puesto que hay que contar con unos medios económicos que sólo están al alcance de los poderosos. Así que las ideas que llegan al gran público tienen detrás una organización y unos medios, y son aquéllas que interesan a los que controlan los medios de comunicación y a los anunciantes. Por ello, son sus puntos de vista, sus valores y su ideología los que se presentan, e imponen, al público.
- 3) La teoría del mercado de las ideas asume que el pueblo es capaz de distinguir racionalmente entre la sustancia del mensaje y la distorsión causada por la forma en que se presenta, así como que la gente puede utilizar la razón para captar la sustancia de un mensaje, distinguiendo y rechazando la atracción de lo emocional y lo irracional que hay en su envoltura. Las ciencias sociales refutan estos supuestos, y sabemos que los resultados del mercado están mucho más determinados por la presentación de los productos (de los mensajes en este caso) y por las predisposiciones psicológicas de los ciudadanos que por procesos racionales. Podemos añadir una cuarta razón que menciona Bourdieu (1997):
- 4) A pesar de que bajo una mirada superficial parece haber grandes diferencias entre distintos medios, estas diferencias ocultan profundas similitudes. El liberalismo pontifica que el monopolio uniformiza y la competencia diversifica, pero esto no se da en el campo de los medios de comunicación, donde se produce una «circulación circular de la información», una especie de juego de espejos que se reflejan mutuamente. Los medios se vigilan unos a otros intentando adelantarse a los demás, y ofrecen la misma información para demostrar a su público que «están en el ajo» de los acontecimientos sobre los que están los demás, marcando diferencias en cuestiones nimias que pasan desapercibidas a los telespectadores. De esta manera, lo que una cadena televisiva hace justificándolo en los deseos de sus audiencias tiene más bien como referencia a los competidores.

Las consecuencias que la lógica mercantil tiene para la información que se suministra a los ciudadanos han sido analizadas por diversos autores. Quizás los sociólogos Bourdieu (1997) y Ramonet (1998) han sido los que mejor han examinado las servidumbres de la información concebida como espectáculo (*infotainment*) para subir audiencias. En concreto, apuntan las siguientes perversiones en el medio televisivo³:

³ La televisión se ha impuesto como el medio de comunicación más utilizado por los ciudadanos para informarse. Constituye un vehículo principal en la construcción de la identidad ciudadana y está impregnada de ideología (Pérez Jiménez, 1996). En este artículo nos ocupamos de la dimensión informativa; en la dimensión de entretenimiento, la coartada de la audiencia (se trata de una «seudo» razón, pues se ha demostrado que con programas de calidad también pueden obtenerse altas audiencias) ha permitido llegar a unos niveles de degradación, embrutecimiento y envilecimiento en los programas difícilmente imaginables hace pocos años en España.

- La información ya no se atiene a criterios de relevancia de la noticia, sino a las leyes del espectáculo (dramatismo, rapidez, personalización de la política, etc.) y del entretenimiento. De aquí que *«en un mundo dominado por el temor a ser aburrido y el afán de divertir a cualquier precio, la política esté condenada a aparecer como un tema ingrato»* (Bourdieu).
- La prensa escrita ha aceptado la imposición de tener que dirigirse no a ciudadanos, sino a telespectadores.
- La lógica del beneficio favorece la dejación de la responsabilidad fundamental de los medios en una democracia: aclarar y enriquecer el debate democrático.
- La extensión de la engañosa idea de que basta ver para comprender. Un error mayúsculo por tres razones, según Ramonet: porque el periodismo estructurado como ficción no está hecho para informar, sino para distraer, porque la sucesión rápida de noticias breves y fragmentadas (una veintena por cada telediario) produce el doble efecto de sobreinformación y desinformación, y porque querer informarse sin esfuerzo *«es una ilusión más acorde con el mito publicitario que con la movilización cívica»*.
- Supeditación de la información a la disponibilidad de imágenes. Aquello que puede ser importante para los ciudadanos pero que no puede ser acompañado de imágenes es relegado. Casos como el AGCS, el Tratado de Libre Comercio (TLC) y otros son ilustrativos.
- «Chantaje por la emoción» y rechazo del análisis racional, que se supone aburrido. Esto lleva a la producción de sensaciones, lo que resulta peligrosísimo para la democracia. Pensemos en lo fácil que es emocionar a la población y a partir de ahí elaborar un discurso populista que lleve a pedir la pena de muerte, la expulsión de los extranjeros, la bajada de impuestos a toda costa (con la consiguiente repercusión del deterioro de los servicios públicos), etc. De aquí vienen las reivindicaciones de líderes de extrema derecha relacionados con el mundo empresarial y mediático (p. ej., Perot y Berlusconi) de más «democracia directa»⁴.
- Transformación del concepto de veracidad en la información. Hoy un hecho resulta verdadero no por su *«ajuste a criterios objetivos, rigurosos y verificados en las fuentes, sino simplemente porque otros medios repiten las mismas afirmaciones y las «confirman»* (Ramonet, 1998). De esta manera se construyen mentiras como la de las «fosas de Timisoara» (Rumanía) o las de la Guerra del Golfo (1991 y 2003). Bourdieu habla de «circulación circular de la información».

La supeditación de la información política a las leyes del espectáculo hace que *«cada vez sean más los cargos electos cuyo mérito máximo radica en su poder mediático y económico, sin pasar*

⁴ El 23 de diciembre de 2001 Berlusconi proponía en una conferencia de prensa celebrada en el Senado italiano la elección del Presidente de Italia por sufragio universal (*El País*, 24-12-01). Actualmente, es elegido por el Parlamento y por 58 delegados regionales. Berlusconi ha descubierto las ventajas de la democracia directa en su país, una vez controlados la inmensa mayoría de los medios de comunicación nacionales.

*el filtro del debate político en el seno de los partidos tradicionales», y que la virtualidad mediática elimine el debate sobre ideas y programas (editorial de *El País*, 17 de agosto de 2003, refiriéndose a las elecciones de octubre de 2003 en California, en las que Arnold Schwarzenegger era el candidato favorito). Ello permite hablar peyorativamente de «democracia mediática», de «democracia espectáculo» o de «democracia de audiencia», dado que ya no importan las ideas y los programas, sino sólo las imágenes. Lo que una campaña electoral vende en la actualidad en Estados Unidos (todavía en Europa no se ha llegado a eso, pero el camino está trazado)*

son meras imágenes, no contenidos, sino puras apariencias. Los electores lo saben y no les importa. Más: esperan eso. Las elecciones adoptan la forma de una animada ficción, de un juego de fingimientos y disfraces, de manipulación de emociones e ilusiones, en las que triunfa no quien está dotado de mejores ideas o programas o de mayor poder de convencimiento sino el que actúa mejor y encarna de manera más persuasiva el personaje que las técnicas de la publicidad le han fabricado porque a su juicio es el más vendible.

Estas palabras son de Vargas Llosa (*El País*, 5 de octubre de 2003), refiriéndose, igualmente, a las elecciones de octubre de 2003 en California. La reflexión le lleva a interrogarse si la civilización del espectáculo es compatible con la democracia.

Para muchos autores, esta concepción de la información tiene la culpa, o gran parte de ella, del alejamiento del ciudadano de la política (Entman habla de la tendencia hacia una «democracia sin ciudadanos»; Capella y Hamison, de una «espiral del cinismo»), efecto nefasto para un sistema que se basa en la voluntad popular, en la soberanía del pueblo y, en definitiva en aquello que llamamos «opinión pública». Opinión que, como hemos visto, cae en el peligro de ser moldeada al servicio de los grupos empresariales propietarios de los medios de comunicación (por algo empresas tradicionales alejadas de esta actividad se dedican cada vez más a ella). Este peligro hace que nuestra Constitución entienda que la televisión es un servicio público esencial que cuando no es proporcionado por un medio público debe ser otorgado en régimen concesional. El Tribunal Constitucional defiende esta idea en muchas de sus sentencias. En el mismo sentido se expresa el artículo 9.2 de la Ley de Televisión Privada:

El Gobierno adjudicará las concesiones a favor de las ofertas más ventajosas para el interés público, valorando prioritariamente las garantías ofrecidas por los concurrentes a fin de salvaguardar la pluralidad de ideas y corrientes de opinión, así como la necesidad de diversificación de los agentes informativos y el objetivo de evitar tanto los abusos de posición dominante como las prácticas restrictivas de la libre competencia.

En definitiva, se trata de evitar en la medida de lo posible el monopolio y de seguir respetando la separación de poderes, una vez comprobado que el mediático es un poder más. Por ello, Innerarity (1998) defiende la importancia de que el poder informativo no esté en las mis-

mas manos que el poder político o el económico, con vistas a preservar una cultura política democrática. La nueva separación de poderes —político, económico e informativo— vendría a añadirse, dice Innerarity, a la tradicional de Montesquieu, «*con el fin de no caer en un sistema aparentemente democrático, pero totalitario de hecho, en el que el pluralismo fuera sólo simulado*», ya que la tutela de los medios por parte de los otros poderes nos llevaría a un «monismo informativo» que formaría una opinión pública «inducida» (Hierro Aguazas, 1998) e impediría de hecho el auténtico diálogo plural, vital para la democracia.

5. Conclusiones

Lo más característico del proceso de globalización neoliberal con respecto al derecho a la información es el tratamiento de ésta como mercancía, lo que conlleva, a su vez, la desaparición del propio derecho a la información y la desaparición del ciudadano en beneficio del consumidor, al que, ni siquiera en este papel, se le asegura ningún tipo de derecho.

Los ciudadanos debemos ser conscientes de que, si el derecho a la información no está suficientemente garantizado por los poderes públicos, nos encontramos ante un peligro que denuncian varios autores: la usurpación de la soberanía popular por la dictadura mediática, que en vez de informar a la opinión pública la modula de acuerdo con sus intereses (García Morillo, 1998).

Si los medios de comunicación son el instrumento que tiene la democracia para garantizar el pluralismo político y social, deben ser protegidos. La mejora del espacio público mediático debe asegurarse mediante una estructura plural de emisores que puedan actuar con independencia del Estado y del mercado (Oliet, 1994).

Por otro lado, la información que transmiten los medios de comunicación es un bien social, y no un mero producto (Principios de Ética Profesional del Periodismo, UNESCO, 1983), y sólo puede estar protegida bajo la consideración de servicio público. Por eso, es lógico que, dada la función social que desempeñan los medios de comunicación, y en particular la radio y la televisión, nuestra Constitución, en su artículo 149.27 otorgue al Estado competencia exclusiva en «*las normas básicas del régimen de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución corresponden a las Comunidades Autónomas*». Igualmente, es lógico que la ley 4/1980 (Estatuto de la Radio y la Televisión) declare que «*la radiodifusión y la televisión son servicios públicos esenciales cuya titularidad corresponde al Estado*».

Este servicio público debe, según el propio Estatuto de la Radio y la Televisión (modificado por Ley 24/2001), «*atender las necesidades democráticas, sociales y culturales del conjunto de los ciudadanos, garantizando el acceso de la ciudadanía a la información, cultura, educación y entretenimiento de calidad*». Sin embargo, entre las modificaciones de la Ley 24/2001 encontramos que la gestión directa del servicio público se le encomienda al Ente Público RTVE, con lo que parecen quedar exentas de las mismas obligaciones las televisiones privadas. Desde nuestro punto de vista, el entretenimiento puede ser un asunto más polémico, pero la información

ofrecida a la ciudadanía, que sirve como elemento fundamental de formación de la opinión pública, no debería tener distinta consideración en la televisión pública que en la privada.

En cuanto a las bibliotecas y archivos, el peligro está en los proyectos de privatización o de gestión de los mismos por parte de empresas privadas. Igualmente, encontramos aquí que al pasar a juzgar por criterios de mercado lo que deben ser derechos ciudadanos imprescindibles para la participación democrática, éstos desaparecen como tales, comprometiendo seriamente la calidad de la democracia.

Referencias bibliográficas

ÁLVAREZ PUGA, E.

1996 *Maldito mercado: manifiesto contra el fundamentalismo neoliberal*. Barcelona: Ediciones B.

AZURMENDI, A.

1997 *Derecho de la información: guía jurídica para profesionales de la comunicación*. Pamplona: EUNSA.

BERZOSA ALONSO-MARTÍNEZ, C.

2002 *Los desafíos de la economía mundial en el siglo XXI*. Madrid: Nivola.

BEZUNARTEA, M. J.

2002 ¿Es posible combinar la ética con la pretendida neutralidad de la información? En: Benavides Delgado, J.; Alameda García, D. y Villagra García, N. *Comunicación, y cultura en la sociedad del conocimiento*. Madrid: Fundación General de la Universidad Complutense/Ayuntamiento de Madrid, pp. 535-545.

BOURDIEU, P.

1977 *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama (or.: 1994).

BAKKEN, FRODE

2002 «The commercialisation of libraries and archives». AER conference, Brixen, 18. *Globalisation of culture and education. WTO and GATS*. [En línea]. <http://www.eblida.org/topics/wto/frode_aer.htm>.

CAYETANO MARTÍN, M. C.

1999 ¿La información en los Archivos Históricos: Derecho o Disciplina? Actas del VII Congreso Nacional de ANABAD. Información y derechos de los ciudadanos: teoría y realidad en el XX aniversario de la Constitución. *Boletín de la ANABAD*, n.º 3-4, pp. 295-304.

CEBRIÁN HERREROS, M.

2002 Deontología periodística en radio y televisión. En: Consejo Social de la Universidad Complutense de Madrid (ed.). *Deontología, Función Social y*

Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación [Ciclo de conferencias. Madrid, 27 febrero-21 mayo 2002], 185-210.

CHOMSKY, N.

1992 *Ilusiones necesarias: control del pensamiento en las sociedades democráticas*. Madrid: Libertarias/Prodhufi.

DE LA CUADRA, B.

1999 A los 20 años de la Constitución. El papel de los medios de comunicación social. *Sistema*, n.º 149, 49-68.

DESANTES GUANTER, J. M.

1989 Sentido de las libertades públicas informativas. En: VVAA. *Información y libertades públicas en España*. Madrid: UCM. Cursos de verano.

DÍAZ ARIAS

2000 *La libertad de programación en radiodifusión: un desarrollo del artículo 20 de la Constitución española*. Madrid: Universidad Complutense. Tesis Doctoral.

DÍAZ NOSTY, B.

2000 La nueva oligarquía digital: algo más que concentración económica. *Temas para el Debate*, n.º 67, 28-32.

DORADO, R.

2000 La libertad de información y de expresión en peligro de extinción. *Temas para el Debate*, n.º 67, 33-34.

ESTÉVEZ ARAUJO, J. A.

1994 *La Constitución como proceso y la desobediencia civil*. Madrid: Trotta.

FERNÁNDEZ DEL TORCO ALONSO, Juan Manuel y Concepción DE PEDRO GARCÍA.

1999 El acceso de los ciudadanos a los archivos. Actas del VII Congreso Nacional de ANABAD. Información y derechos de los ciudadanos: teoría y realidad en el XX aniversario de la Constitución. *Boletín de la ANABAD*, n.º 3-4, pp. 213-222.

GREIDER, WILLIAM

1997 *One World, Ready or Not: the Manic Logic of Capitalism*. New York. Touchstone.

FERNÁNDEZ FARRERES, G.

2002 El derecho a lo audiovisual. Reflexiones sobre la ordenación jurídica de la televisión. En: Universidad Complutense (ed.). *Deontología, Función Social y Responsabilidad de los Profesionales de la Comunicación*. Madrid: Universidad Complutense.

FERRAJOLI, L.

1999 *Derechos y garantías. La ley del más débil*. Madrid: Trotta.

- FISS, O. M.
1999 *La ironía de la libertad de expresión* Madrid: Gedisa (or.: 1996).
- GARCÍA MORILLO, J.
1998 La deformación de la opinión pública: un nuevo despotismo. *Temas para el Debate*, n.º 41, pp. 43-45.
- GEORGE, S.
2002 Guía breve a la globalización empresarial. En: VVAA. *Mundo S. A. Voces contra la globalización*. Madrid: Ed. La Tempestad.
Pongamos la OMC en su sitio. Barcelona: Icaria.
- GIL CALVO, E.
2002 Exorcistas de escándalos. En: Gil Calvo, E.; Ortiz, J. y Revuelta, M. *Repensar la prensa*. Madrid: Debate, pp. 7-66.
- GINER, S., LAMO DE ESPINOSA, E. y TORRES, C. (eds.)
1998 *Diccionario de Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- GREIDER, W.
1997 *One world, Ready or Not: the Manic Logic of Capitalism*. New York: Touchstone.
- HABERMAS, J.
1978 *L'Espace public. Arquéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. París: Payot.
- HALLIN, D.
1996 Commercialism and Professionalism in the American News Media. En: Curran, J. (ed.) *Mass Communication and Society*. London: Arnold.
- HERMAN, E. S. y CHOMSKY, N.
1988 *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*. New York: Phanteon Books.
- HIERRO AGUAZAS, J. L. del
1998 Medios de información y criterios de legitimidad (de contra poder a poder). En: Benavides Delgado (ed.). *El Debate de la Comunicación*. Madrid: Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid/Ayuntamiento de Madrid.
- HOUTART, F.
2001 «El estado actual de la globalización» [En línea]. *Rebelión*, 3 julio 2001. <<http://www.rebelion.org/economia/houtarto30701.htm>>. [Consulta: 9 mayo 2003].
- HUNT, F.
2002 «The GATS' Article I, paragraph 3...» *Information for Social Change*, n.º 15 (May 2002). [En línea]. <<http://www.libr.org/ISC/articles/15-Hunt.html>>.

- 2001 «The WTO and the threat to libraries». *Progressive Librarian*, n.º 18 (summer 2001). [En línea]. <http://libr.org/PL/18_hunt.html>.
- 2001 «Why the World Trade Organization is a Threat to Libraries». *American Libraries*, Dec. 2001. [En línea], <<http://libr.org/GATS/Hunt-Sheketoff.html>>.
- INNERARITY, C.
- 1998 La democracia ante el nuevo poder de los medios de comunicación. En: Cotarelo, R. y Cuevas, J. C. *El cuarto poder. Medios de comunicación y legitimación democrática en España*. Melilla: UNED.
- JESSOP, B.
- 2000 «Reflexiones sobre la (i)lógica de la globalización. *Zona abierta*, n.º 92-93, pp. 95-125.
- LLAMAZARES CALZADILLA, M. C.
- 1999 *Las libertades de expresión e información como garantía del pluralismo democrático*. Madrid: Universidad Carlos III/Civitas.
- LÓPEZ LÓPEZ, P.
- 2001 Derechos de información, medios de comunicación y democracia. *Revista General de Información y Documentación*, vol. 11(2), 61-92.
- MACCORMICK, N.
- 1993 Constitutionalism and Democracy. En: Bellamy, R. *Theories and Concepts of Politics: An Introduction*. Manchester: Manchester University Press.
- MATTELART, A.
- 2002 Premisas y contenidos ideológicos de la Sociedad de la Información. En: Vidal Beneyto, J. *La ventana global*. Madrid: Taurus, p.
- MCQUAIL, D.
- 2000 *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós (or.: 1994). 3.^a ed.
- 1998 *La acción de los medios: Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu eds. (or.: 1992).
- MILLS, C. W.
- 1957 *La élite del poder*. México: Fondo de Cultura Económica (or.: 1956).
- MONCADA, A.
- 2000 *Manipulación mediática: educar, informar o entretener*. Madrid: Ediciones Libertarias-Produfi.
- MUÑOZ-ALONSO, A.
- 1990 El poder político ante los medios. En: Muñoz-Alonso, A. et. al. *Opinión Pública y Comunicación Política*. Madrid: EUEDEMA.

NINO, C. S.

1997 *La constitución de la democracia deliberativa*. Barcelona: Gedisa (or.: 1996).

OCAÑA LOCAL, Daniel de

1999 Ignorancia, ilegalidad y otros males: panorámica del derecho de acceso a los archivos públicos en España. En: Actas del VII Congreso Nacional de ANABAD. Información y derechos de los ciudadanos: teoría y realidad en el XX aniversario de la Constitución. *Boletín de la ANABAD*, n.º 3-4, pp. 173-211.

OLIET PALÁ, A.

1994 *Liberalismo y democracia en crisis*. Madrid: Centro de Estudios Constitucionales.

PARAMIO, L.

1999 Democracia y sociedad industrial. En: González Enríquez y Sánchez, C. y Sánchez-Roca, M. (eds.). *Política y Democracia*. Madrid: UNED.

PÉREZ JIMÉNEZ, J. C.

1996 *Imago Mundi: la cultura audiovisual*. Madrid: FUNDESCO.

PÉREZ ROYO, J.

Derecho a la información. Actas del VII Congreso Nacional de ANABAD. Información y derechos de los ciudadanos: teoría y realidad en el XX aniversario de la Constitución. *Boletín de la ANABAD*, vol. XLIX (3-4), pp. 19-34.

QUÉAU, P.

2000 À qui appartiennent les connaissances? *Le monde diplomatique* (Janv. 2000). [En línea], <<http://www.monde-diplomatique.fr/2000/01/QUEAU/13278.html>>. (Trad. Español: <<http://www.attacmadrid.org/d/4/030518183944.php>>).
Intérêt general et propriété intellectuelle. [En línea] <<http://www.freescape.eu.org/eclat/2partie/Queau/queautxt.html>>.

RALLO LOMBARTE, A.

1999 Pluralismo político e información. *Claves de Razón Práctica*, n.º 96, 76-80.

2000 *Pluralismo informativo y constitución*. Valencia: Tirant lo Blanch.

RAMONET, I.

1995 Pensamiento único y nuevos amos del mundo. En: Chomsky, N. y Ramonet, I. *Cómo nos venden la moto*. Madrid: Icaria/Más Madera.

1998 *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.

RIKOWSKI, R.

2002 The Capitalisation of Libraries. *The Commoner*, n.º 4 (May 2002). [En línea]. <<http://www.thecommoner.org.uk/04rikowski.pdf>>.

The future of our libraries. ATTAC-Britain. [En línea]. <<http://attac.org.uk/attac/html/view-document.vm?documentID=118>>.

GATS: Private Affluence and Public Squalor? Implications for Libraries and Information. [En línea]. <http://www.libr.org/Juice/issues/vol4/LJ_4.46.html>.

- Library privatisation: fact or fiction? *Information for Social Change*, n.º 17. [En línea]. <<http://lir.org/ISC/articles/17-Rikowski-2.html>>.
- The WTO/GATS Agenda for Libraries. Conferencia presentada en el Congreso de ATTAC-Gran Bretaña (Asociación por una Tasación de las Transacciones Financieras para Ayuda a los Ciudadanos) el 30 de abril de 2002. [En línea]. <<http://attac.org.uk/attac/html/view-document.vm?documentID=120>>.
- RODRÍGUEZ PARDO, J.
1999 *Derecho de la Comunicación*. Santiago de Compostela: Laverde Ediciones, S.L.
- ROSPIR, J. I.
1995 Incorporación y continuidad de la comunicación política en España. En: Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. I. *Comunicación Política*. Madrid: Universitas.
1998 El *media party* como nuevo tipo de partido. En: Cotarelo, R. y Cuevas, J. C. *El cuarto poder. Medios de comunicación y legitimación democrática en España*. Melilla: UNED.
- SÁNCHEZ GONZÁLEZ, S.
1996 *Los medios de comunicación y los sistemas democráticos*. Madrid: Marcial Pons.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L.
1997 *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.
- SARTORI, G.
2000 *Homo Videns*. Madrid: Taurus, 2.^a ed.
- SHRYBMAN, STEVEN.
2000 Information, Commodification and the World Trade Organization. [En línea]. Presentado en la 66 Conferencia General de la IFLA, Jerusalén, 13-18 Agosto 2000. <<http://www.ifla.org/IV/ifla66/papers/176-148e.htm>>.
- SORIA, C.
1983 Ética y Derecho de la información en una sociedad pluralista [Nota preliminar]. En: Derieux, E. *Cuestiones político-jurídicas de la información*. Pamplona: EUNSA.
- STIGLITZ, J. E.
2002 *El malestar en la globalización*. Madrid: Taurus.
- TORREBLANCA, A.
2001 Externalización y privatización en los archivos de la Administración General del Estado. *Boletín de la ANABAD*, vol. LI(1), 71-122.
- VALLESPÍN, F.
2000 *El futuro de la política*. Madrid: Taurus, 2000.