

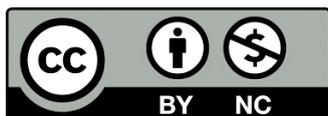
EL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y PROPAGANDA ELECTORAL

Gissela Dávila Cobo

Palabras de la directora de CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina), Gissela Dávila Cobo, en el marco del IX Ciclo de Estudios Especializados de ABOIC, en coordinación con la carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica San Pablo regional Cochabamba, realizado los días 21, 22 y 23 de octubre de 2020.

La autora declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero.

Dávila, Gissela. (2021). El derecho a la información y la comunicación, libertad de expresión y propaganda electoral. Punto Cero, año 26 n°42, julio de 2021. Pp 11-16. Universidad Católica Boliviana "San Pablo" Cochabamba.



insistir en la urgente necesidad de aplicar leyes antimonopólicas para evitar la concentración en la propiedad y en el control de los medios de comunicación. En segundo término, es necesario lograr que la asignación de frecuencias y licencias de todo el espectro radioeléctrico y en especial del nuevo dividendo digital, respete la obligación de inclusión que le impone a los Estados el marco jurídico interamericano y fomente así, de manera decisiva, el pluralismo y la diversidad en el debate público” (CIDH, 2018) (La negrillas son nuestras).

Este es uno de los temas que más ha mermado la libertad de expresión y que ha hecho que no se pueda cumplir con el real derecho a la información y la comunicación de todos los seres humanos, no solamente en nuestros países latinoamericanos sino en realidad en todo el mundo. Por eso, estos proponen leyes antimonopólicas que eviten la concentración de la propiedad. Habrá países donde encontremos que existe mayor distribución del espectro radioeléctrico. Sin embargo, ello no significa que realmente se tenga la dimensión respecto a quiénes pertenecen estos medios de comunicación.

Se puede decir que tenemos un espectro radioeléctrico finito (por ejemplo, 1000 frecuencias de radio y 500 de televisión) ¿Qué pasa cuando analizamos frecuencia por frecuencia? Resulta que esas frecuencias normalmente están concentradas bajo grupos monopólicos u oligopólicos. Una sola familia, un solo grupo, controla 100, 50 o 20 frecuencias; lo que los ciudadanos comienzan a consumir como tales termina siendo un espejismo.

Esto pasa en todos los países de Latinoamérica donde se habla de leyes que permitan la redistribución de frecuencias. Normalmente dicen: “Usted puede decidir qué medio escuchar, cambiando de canal o

Marco general

“Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideraciones de frontera ya sea oralmente, por escrito, o en forma impresa o en forma artística o cualquier procedimiento de su elección” (CADH, Art. 13)

Este artículo de la Convención Americana de Derechos Humanos (CADH) enmarca todo el trabajo y cómo se proyecta el derecho humano a la información.

Asimismo, en el Informe anual de la Relatoría Especial para la libertad de expresión, la Corte Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) propone lo siguiente:

“Para afrontar el déficit de protección de libertad de expresión de los grupos marginados y la insuficiente información de las sociedades, la Relatoría Especial debe seguir trabajando en dos áreas diferentes. En primer lugar, es necesario

frecuencia”. Podemos cambiar de emisora o de canal de televisión; sin embargo, se sigue consumiendo el mismo grupo que presenta una programación distinta.

El otro término que se menciona en este informe especial es la Asignación de frecuencias y licencias en todo el espectro radioeléctrico; en especial, lo que vendrá después cuando haya frecuencia digital. Tiene que respetarse la obligación de inclusión. La inclusión debe garantizar pluralismo y diversidad que garantice un debate público transparente y abierto.

En materia de legislación, Uruguay y Argentina han sido pioneros en trabajar leyes de comunicación, de información y de redistribución de frecuencias. En otros países, se ha seguido este camino con claroscuros; se habla de medios comunitarios que están restringidos, como en el caso de Colombia, con espectros limitados. Por su parte, en Ecuador, se hizo una modificación a una ley, actualmente de baja, donde se asignaba el 34% a medios comunitarios, 33% a medios públicos y 33% a medios privados dando una equivalencia en el espectro. Se reconocía desde el Estado una deuda histórica con los medios comunitarios que asumieron un papel estatal ante el incumplimiento público en el área de educación y alfabetización en diferentes zonas.

En este marco regulatorio, base para tratar los derechos a la información y comunicación, se relaciona la potestad y la obligación de los Estados para administrar el espectro radioeléctrico, de acuerdo a la normativa de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

La UNESCO declara el espectro radioeléctrico como bien de la humanidad, que debe ser preservado para el disfrute

de todos los seres humanos; de igual manera, la UIT presenta una normativa para distribuir el espectro radioeléctrico.

Los Estados, NO los gobiernos, tienen límites y responsabilidades para aplicar esta potestad:

- No pueden impedir la igualdad de oportunidades para su acceso.
- Deben considerarse los estándares internacionales en materia de Derechos Humanos firmados por esos países (por ejemplo, el Pacto de San José de Costa Rica).

El Estado es permanente, está conformado por todas y todos nosotros, que somos quienes estamos tributando, votando y organizando la existencia del mismo. El espectro radio electromagnético constituye un bien que corresponde a todas y todos. Por tanto, su distribución debe ser equitativa.

El Estado tiene límites y responsabilidades; por ejemplo, no se puede impedir la igualdad de oportunidades para su acceso. En muchos países, las acciones o frecuencias se subastan; entonces, aquellos que poseen los recursos suficientes poseen acceso a estas frecuencias. Esta situación de desproporción contradice los pactos firmados en materia de derechos, como el citado Pacto de San José.

Propuesta académica de CIESPAL

En la Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui No. 59 (1997), José Marques de Melo, en su artículo Derecho a la información: Agenda para el Debate, define este derecho a “una categoría jurídica en proceso de consolidación”. Lamentablemente, aún en nuestros días, el Derecho a la Información sigue siendo una categoría en proceso de consolidación.

CIESPAL trabaja por este derecho a la comunicación; a tal fin, organiza el trabajo alrededor de propuestas puntuales:

La organización de la sociedad a través de la educación

Si no existe educación para participar de los medios de comunicación, la sociedad no va a conseguir de manera adecuada esta redistribución. Cuando una sociedad toma conciencia de su derecho para acceder a los medios de comunicación, entonces comienza a participar en estos y a bregar por espacios en el espectro radioeléctrico pero, también, a exigir que los medios de comunicación ya en el aire tengan la capacidad, mucho más amplia, para representar lo que necesita la sociedad.

Aunque sea un medio de comunicación privado, este tiene la obligación de realizar un servicio a través de su trabajo ‘público’ con la programación diaria, por ser parte de este espectro radioeléctrico que corresponde a todas y todos.

Por otro lado, tenemos también un trabajo donde se pide y exige a los Estados una redistribución de las frecuencias de una manera más equitativa, con el fin de respetar las diferentes maneras de observar el mundo, de plantearse frente a este, de usar idiomas de diferentes países, estados o provincias.

También se habla de un Derecho a la Comunicación, en estrecha vinculación con el espacio de representación para identificarse desde una propia nación, desde los propios grupos de interés y desde cómo organizarse.

A partir de esto, se generan otros procesos: Si se da el acceso a un medio de comunicación alternativo comunitario ¿cómo se mantiene? Ahí emerge un espacio de gestión que tiene ver con un trabajo y la relación con el tema de la publicidad electoral.

La publicidad electoral

Se ha trabajado mucho en temas de legislación, sobre el mismo principio de

equidad y transparencia para el manejo de la publicidad. En este sentido, se plantea que, al estar pagada por todos y todas, la publicidad cuando sale del Estado debe ser redistribuida de igual manera y de forma equitativa. Es decir, si tenemos 33% para públicos, 33% privados y 34% para comunitarios, de igual manera debe ser redistribuida la publicidad estatal.

O los Estados deben al menos garantizar que parte del presupuesto de la publicidad anual sea redistribuida entre los medios de comunicación comunitarios, ya que estos también cumplen con su labor de alfabetización, salud, mantención de culturas vivas, etc.

Todo es un conjunto en relación, por un lado, con un asunto de derechos y de acceso y por otro, con la temática de gestión y cómo organizarse. Y existe un espacio intermedio vinculado con la legislación.

Marques de Melo afirmaba:

“No basta que la ley garantice libertad de expresión a todos. Condición sine qua non es la capacidad que tienen los ciudadanos para saber, hacer, transformar, crear. Si no es así, el derecho de comunicar se convierte en cosa vacía, pues su ejercicio se queda limitado a las pocas personas que tienen instrucción y, por lo tanto, son capaces de producir mensajes, llenarlos de contenido y difundirlos adecuadamente” (MARQUES DE MELO, 1997).

Esta es la situación en estos momentos. Cerramos con esta frase también de Marques de Melo: “Derechos de educación, información, expresión, participación y vigilancia son, por lo tanto, apartados integrantes de una categoría más amplia que es el derecho a la comunicación, sustentáculo de la propia democracia” (MARQUES DE MELO, 1997).

Sin medios de comunicación comunitarios,

públicos y privados, viviendo en un ambiente mucho más sano e integrador, no se podrá tener la capacidad real de gozar de una democracia ni hablar de libertad de expresión, cuando realmente quienes alcanzan a manifestarse a través de medios libres, no son los ciudadanos de a pie sino personas con poderes políticos, económicos y con beneficios en su educación.

De esa manera, por un lado, el Derecho a la Comunicación tiene que ser garantizado por los Estados; por otro lado, al no existir esta garantía real en nuestros procesos y nuestras democracias es importante que la ciudadanía se empodere y empiece a exigir este derecho que le corresponde.

La sociedad no debe dejarse engañar sobre esto de 'Vayan a internet para tener sus propios medios de comunicación'. Internet no llega a todas las comunidades y es pagado.

Comunicación y publicidad

La comunicación es un derecho humano y natural. Lamentablemente, por considerarlo un derecho natural, no se ejerce con la fuerza que se debería en términos de ciudadanía y participación.

La comunicación permite garantizar, por ejemplo, el conocimiento propio, la consolidación con un territorio, su proyección con la globalidad y todas las actividades inherentes a las relaciones humanas con espacios académicos, políticos y sociales.

Por otra parte, la publicidad tiene objetivos y efectos muy puntuales. Por ejemplo promocionar un mensaje, no solo un producto sino alguna campaña en específico que logre objetivos inmediatos, se vincula con conseguir seguidores y seguidoras para causas en específico.

Rol de los medios comunitarios

El rol de los medios comunitarios inclusive

ha sido un rol de suplantar al Estado sin recibir ninguna gratificación económica y tampoco por interés personal. Al contrario, los medios de comunicación comunitarios nacen a partir de una necesidad para atender necesidades colectivas, como se han visto en Bolivia, Ecuador y Colombia respecto a las escuelas radiofónicas. Se ha trabajado en temas específicos que tienen que ver con garantizar el derecho de las personas a una vida digna y, por lo tanto, los medios de comunicación comunitaria han contribuido a la organización de las comunidades.

En Ecuador, hay muchas experiencias de medios de comunicación comunitarios que se han organizado en redes y han estado trabajando en zonas determinadas. Las personas que son parte de este territorio no han tenido una concepción propia de sus derechos; entonces, el trabajo ha sido desde cero; incluye el tomar conciencia de que son personas con derechos, para luego organizarse y demandar, por ejemplo, el derecho a hablar en idioma propio, a tener educación, salud y alimentación dignas. Estos medios han estado acompañando tales procesos sociales, han amplificado las demandas y, desde allí, han transformado sociedades.

Rol de CIESPAL

CIESPAL cuenta ya con un trabajo de 61 años a lo largo de los cuales ha ido cambiado los procesos, fortaleciéndolos. El principal rol ha sido democratizar la comunicación, llevando espacios de investigación y de publicaciones a otros niveles. Normalmente y lamentablemente para nuestra región, la comunicación se ha visto muy influenciada por conocimientos y teorías que vienen desde Europa, EE.UU. y, no tanto, dándole valor al conocimiento propio y al pensamiento latinoamericano.

El objetivo importante de CIESPAL consiste en construir este pensamiento, mantenerlo y amplificarlo, no solamente

desde los espacios tradicionales (y ahora, mediante redes sociales) sino también a través de textos y artículos, contribuyendo este proceso y brindando distintas capacitaciones; en articular y abrir espacios de concientización, de investigación y poner a la comunicación, esta otra comunicación, en espacios de disputa de lugares y acciones.

CIESPAL ha trabajado con varios países de la región para generar políticas públicas, cambios en las legislaciones y redistribución del espectro. Ha trabajado permanentemente por la democratización de la comunicación.

Experiencias de países respecto a legislación y distribución de espectros

A pesar de que existen legislaciones regionales que indican que deben ser respetados todos los procesos y la normatividad por el Estado y no por los gobiernos, siempre son estos últimos los cuales intentan aprovecharse de los medios de comunicación y más cuando se entrega publicidad o equipamiento. Esto ha ocurrido con algunos medios, por ejemplo, en México. En Ecuador, hay un reconocimiento a medios de comunicación comunitarios por su trabajo y, también, porque no han concedido que su programación u objetivos sean cambiados por recibir publicidad o algún equipamiento.

Hay que tener mucho cuidado y saber diferenciar. Cuando se trata de un medio de comunicación comunitario, se refiere a un medio que nace desde la necesidad de la comunidad, no de una propuesta del Estado; luego, se debe garantizar que su programación sea protegida.

Asimismo, tener conciencia de que los medios de comunicación privados no declaran que su contenido está condicionado a su pauta y línea editorial. Y muchas veces, estos son los que más

pauta reciben desde el Estado. Ello sucede en algunos de los países de la región, a excepción de Bolivia, donde han recibido más dinero los medios comunitarios, que no pueden ser todos llamados comunitarios.

Entonces, es el mismo tratamiento para los medios comunitarios. Pueden recibir fondos del Estado; no obstante, por ello, deben ser condicionados en su programación y en su línea editorial. Para garantizar esto, hay procesos de transparencia, de veeduría ciudadana y observatorios que garanticen que el Estado no imprima incidencia en la programación de los medios.

Asimismo, es importante recalcar que no todo medio que provenga de un sector indígena u organización sindical sea necesariamente comunitario. Por eso, se hablaba en algunos países, en Ecuador específicamente, del Plan de Comunicación. El Plan de Comunicación tenía que ir acompañado de un estudio radioeléctrico-técnico de cuál será su cobertura, un estudio de gestión sostenibilidad, qué objetivo tiene, a qué público va a servir y cuál va a ser su programación. Si la programación cambia, se debe comunicar frente al público abiertamente a través de redes y a la autoridad competente que están modificando el objetivo o la programación porque esto garantiza que sea o no un medio comunitario.