

## De la libertad a la intimidad

Por: Raúl Trejo Delarbre. Revista Mexicana de Comunicación. 07/04/2016

### Nuevas pulsiones en el espacio público.

Requisito de la democracia, la libertad de expresión es indispensable para que tengamos ciudadanía plena y convivencia auténtica. Sin expresión libre, sin circulación de informaciones e ideas capaces de expresar la diversidad de puntos de vista que hay en una sociedad heterogénea como la que tenemos, sería imposible la deliberación que hace falta para que la democracia sea práctica de todos.

No hace falta detenernos en el elogio a la libertad de expresión. La sociedad mexicana la reconoce y defiende y no hay ámbito del poder político que la descalifique, al menos de manera abierta. Se trata de una libertad afianzada en convicciones y prácticas extendidas. No por ello deja de encontrar obstáculos. Algunos, han sido largamente señalados como parte de las rémoras para que nuestra democracia se despliegue y solidifique. Otros obstáculos son más recientes y surgen tanto de las nuevas tecnologías (que amplifican las capacidades de expresión pero también, en ocasiones, facilitan actitudes de censura e intolerancia) como del ánimo público que forma parte de la cultura política en nuestra sociedad.

En México existe un amplio, cotidiano y sólido ejercicio de la libertad de expresión. Las restricciones que tiene el acceso de la sociedad a los medios de comunicación y las persecuciones que en algunas ocasiones padecen los informadores profesionales, podrían conducirnos a suponer que nuestra libertad de expresión es solamente esporádica o débil.

Hay que recordar las censuras y persecuciones que los mexicanos padecemos en otras épocas, cuando las instituciones políticas se encontraban supeditadas a un presidencialismo autoritario y caprichoso y cuando —salvo excepciones— no había contrastes ni mucho menos diversidad en los medios de comunicación, para reconocer los avances que hemos experimentado. Hoy en día en las calles y en los medios, así como en el parlamento y en las redes digitales, se dicen y contrastan las más variadas y en ocasiones ásperas opiniones. No hay fuerza política, o sector de la sociedad, cuyos puntos de vista no puedan ser conocidos. Esa libertad de expresión es una conquista de la sociedad y, especialmente, de no pocos

comunicadores profesionales que batallaron por ella de la única manera eficaz: ejerciendo su derecho a la expresión de forma abierta, constante, independiente.

## Seis limitaciones a la libertad de prensa

Así como resultaría insensato soslayar esa práctica de la expresión pública, también lo sería desconocer las limitaciones que encuentra la libertad para decir y discutir. La libertad de expresión nunca está absolutamente garantizada. La circulación de datos, opiniones e ideas, afecta intereses muy variados. Gobiernos y empresas, partidos de todas las filiaciones, corporaciones profesionales, religiosas, académicas, instituciones estatales, etcétera, resienten los señalamientos a sus decisiones o prácticas, o que cuestionan su reputación o legitimidad. Se pueden enumerar, así, distintas fuentes de limitaciones a la libertad de expresión. Me detengo en seis de ellas.

### 1.- Violencia contra informadores.

Asesinatos y desapariciones, acosos e intimidaciones a periodistas, dan cuenta de la pervivencia de prácticas salvajes desde distintos segmentos del poder. Los casos de periodistas asesinados que no han sido resueltos, son recordatorio de una impunidad en la cual se retroalimenta el delito.

Por lo general las agresiones a periodistas han ocurrido en zonas en donde el crimen organizado rivaliza con las instituciones políticas e incluso en ocasiones las somete, o en municipios o quizá estados enteros en los cuales el viejo autoritarismo político no ha sido atemperado por la sociedad ni por la ley. Los cacicazgos son alérgicos a la libertad de prensa porque amenaza el acaparamiento de poder, al propagar información que de otra manera quedaría reservada, manipulada u oculta.

La gravedad de los atentados a periodistas no se puede ni debe desconocer. Pero, junto con ella, es pertinente advertir que no todo el país se encuentra sujeto a las intimidaciones a la libertad de prensa y los informadores. El periodismo no es una profesión de riesgo, salvo en circunstancias y sitios específicos. Las condiciones para desarrollarlo serán más seguras en la medida en que, como sucede ya, la sociedad activa se comprometa en las exigencias para proteger a los periodistas y sancionar a quienes tratan de intimidarlos.

## 2.- Viejas o insuficientes reglas.

Pronto se cumplirá un siglo de la expedición, el 9 de abril de 1917, de la Ley Sobre Delitos de Imprenta. Aunque muchos informadores y especialistas consideran que no se aplica, esa ley está vigente y constituye una amenaza constante para la libertad de expresión. A contracorriente de la legislación internacional que establece sanciones pecuniarias para los delitos de información y opinión, la Ley de Imprenta castiga con prisión de hasta hasta once meses los ataques a la moral y de hasta dos años los ataques al orden o a la paz públicas.

La Ley de Imprenta sanciona la difusión de contenidos que discrepen con la idea de moral que prevalezca en la sociedad de acuerdo con la interpretación del juez. Esa capacidad para imponer penas de manera discrecional resulta del artículo 2, en donde se considera atentatoria contra la moral:

“toda manifestación verificada con discursos, gritos, cantos, exhibiciones o representaciones o por cualquier otro medio... con la cual se ultraje u ofenda públicamente al pudor, a la decencia, o a las buenas costumbres o se excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos o impúdicos, teniéndose como tales todos aquellos que, en el concepto público, estén calificados de contrarios al pudor”.

Al mismo tiempo son ataques al orden y la paz pública, entre otros, toda expresión “que tenga por objeto desprestigiar, ridiculizar o destruir las instituciones fundamentales del país”, toda manifestación o expresión públicas con las que “se injurie a las autoridades del país con el objeto de atraer sobre ellas el odio, desprecio o ridículo”, así como la publicación de noticias “capaces de perturbar la paz o la tranquilidad de la República o en alguna parte de ella, o de causar el alza o baja de los precios de las mercancías”.

Las pancartas en casi cualquier manifestación callejera, las noticias sobre las cotizaciones en la bolsa de valores en Tokio o Wall Street o el reenvío en Facebook de un meme con el rostro del presidente Peña Nieto, serían suficientes para imponer sanciones de cárcel si esas disposiciones se cumplieran. Si es obsoleta, resulta inadmisibile que el Congreso no haya derogado esa Ley de Imprenta.

Por otra parte, la libertad de expresión es vulnerada con la existencia —y las decisiones— de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de

la Secretaría de Gobernación. El gobierno no tiene por qué decidir qué impresos circulan y cuáles no. La protección para que los niños y jóvenes no tengan acceso a contenidos impropios para su edad puede lograrse con un sistema de clasificación y restringiendo el acceso a contenidos para adultos. Pero no es esa la tarea que realiza la mencionada Comisión que en ocasiones cumple con funciones de censura [1].

Son más contemporáneas (tanto que reconocen la convergencia digital y la existencia de nuevos medios) las disposiciones para las telecomunicaciones y la radiodifusión aprobadas en 2013 (reforma constitucional) y 2014 (Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión). Sin embargo durante varias décadas tuvimos para la radio y la televisión una legislación arcaica y presidencialista.

Esas normas se ocupan escasamente de los contenidos de radiodifusión y dejan al margen de cualquier regulación asuntos como la publicidad insertada en programas o los llamados informerciales, que son extensos comerciales disfrazados de programas. En todo caso, nadie puede decir que las reglas para la radiodifusión implican alguna limitación a la libertad de expresión. Los programas de radio y TV deben difundirse en horarios de acuerdo con la clasificación que se les adjudique a fin de evitar que haya contenidos para adultos en horarios infantiles. Sin embargo no hay inhibición para transmitir ningún tipo de contenido.

### **3.- Muchos medios en pocas manos**

Mientras más medios haya, al menos hipotéticamente, mayores serán las posibilidades para que más actores sociales tengan acceso a la comunicación. No es suficiente la posibilidad para manifestarse en las calles o gritar en una plaza. La libertad de expresión entra en colisión con el sistema mediático que amplifica la voz de quienes tienen posibilidades para expresarse en espacios de amplia audiencia, especialmente en televisión y radio.

La comunicación de masas impone una contradicción insoslayable. Gracias a la tecnología de las comunicaciones un mensaje puede ser escuchado, o visto, por vastas e incluso lejanas audiencias. Pero al mismo tiempo que ensancha el ámbito de sus destinatarios, esa tecnología reduce la cantidad de quienes puedan expresarse en tales medios. A más receptores, menos emisores: esa es una ecuación fatal en los medios de comunicación de masas que son por definición verticales, es decir, en ellos unos cuantos generan y difunden mensajes para

muchos más.

Esa singularidad autoritaria de los medios puede atemperarse con diversos instrumentos. El primero de ellos es la existencia de leyes que promuevan más medios y reglas de competencia. También es esencial que haya medios no comerciales (especialmente medios de carácter público) que al no tener prioridades mercantiles cuenten con disposición y recursos para producir contenidos diferentes. De manera más reciente Internet ha ofrecido múltiples espacios para ejercer la libertad de expresión y oponer así relatos distintos a las versiones de los grandes medios, aunque la comunicación en línea sigue siendo limitada ante la cobertura de la televisión abierta.

A la libertad de expresión también la menoscaba la tendencia a la concentración de capitales en la propiedad de los medios. La producción de contenidos es costosa, sobre todo cuando tienen alguna originalidad o innovación, y para las empresas mediáticas es más redituable hacer alianzas y fusiones para alcanzar más audiencias con menos gastos.

Cada vez hay más medios, en menos manos. Esa propensión se advierte tanto en la radiodifusión como en la prensa escrita y, en general, en las que han sido denominadas como industrias creativas y que van de la televisión y el cine hasta la producción de música, libros, videojuegos y contenidos para Internet.

En la Red de redes evidentemente hay un ejercicio intenso y extenso de la libertad de expresión. Pero en medios de comunicación cuyas características técnicas los limitan a difundirse en pocos canales, como la televisión y la radio abiertas, la sociedad se limita a ser espectadora de los contenidos producidos por unos cuantos. Así restringida, la libertad de expresión en esos medios está supeditada a decisiones corporativas, que suelen ser antes que nada políticas. Eso ha sucedido, durante demasiado tiempo, en las televisoras mexicanas, que han detentado el 94% de las concesiones para televisión comercial en todo el país. Televisa tiene, además, cerca del 80% de la cobertura en televisión restringida. Atendida a intereses y antojos de Televisa y Televisión Azteca, la libertad de expresión ha tenido márgenes muy estrechos en la televisión mexicana.

#### **4.- Decisiones empresariales**

La principal fuente de censura hoy en día no se encuentra en el gobierno, sino en

decisiones de las empresas privadas. Así como abren tribunas para la expresión de opiniones críticas porque en esta sociedad diversa la discrepancia puede ser negocio mediático, las compañías de comunicación cierran tales espacios cuando el costo político es mayor que los dividendos empresariales. En otros casos, simplemente ocurre que cuando tienen que ajustar presupuestos lo primero que les parece prescindible son los colaboradores o incluso los conductores, sobre todo cuando no forman parte del personal de planta de la radiodifusora o el periódico en donde es preciso reducir gastos. Atendidas a sus rendimientos financieros y a las redes de conveniencias que los pueden favorecer antes que al interés público, las empresas suelen ser muy receptivas a las presiones del poder político. En México son escasas las empresas de comunicación que defienden la independencia editorial antes que sus negocios.

## **5.- Publicidad oficial y privada**

Los medios, valga esta otra perogrullada, necesitan ser negocio para existir y subsistir. Más aún, excepto los medios públicos sostenidos con recursos fiscales, la independencia que las empresas de comunicación puedan tener está directamente relacionada con su diversidad de fuentes de financiamiento.

Mientras se solidifican —o no— nuevos modelos de negocio como el pago directo por el acceso a contenidos, los medios siguen dependiendo, en buena medida, de la publicidad. Y la escasez o la concentración de anunciantes constituye otra fuente de restricciones a la libertad de expresión.

Las instituciones estatales (gobiernos federal y de los estados e incluso algunos municipios, poderes Legislativo y Judicial, organismos autónomos como el INE, la CNDH y las universidades públicas) continúan comprando abundantes espacios de publicidad, sobre todo en televisión y radio. Lejos de ser una palanca en beneficio de la pluralidad y la libertad, ese gasto publicitario es un recurso para la complacencia y la connivencia entre el poder político y los medios y, en otras ocasiones, para la coacción y la censura. La publicidad oficial no respalda la calidad ni la diversidad en los medios y es un resabio de la relación autoritaria entre el poder político y los medios.

También la publicidad privada es fuente de limitación a la libertad en los medios. Los editores a cargo de un periódico, o de un noticiero de televisión o radio, no suelen difundir notas que puedan perjudicar a un anunciante. La empresa propietaria del

medio de comunicación tiene que estar respaldada por finanzas o convicciones sólidas para, por ejemplo, difundir una nota que cuestiona las propiedades curativas de un medicamento fabricado por una firma farmacéutica que contrata publicidad en ese diario o en esa emisora. La libertad de expresión queda aún más acotada cuando en un medio de comunicación hay mucha publicidad de una sola corporación empresarial.

## **6.- Ciudadanos vulnerables ante los medios. Derecho de réplica**

Poderosos e influyentes (pero, por cierto, jamás omnipotentes) los medios de comunicación tienen, como anotamos antes, una relación vertical y autoritaria con la sociedad. Los ciudadanos, delante de los medios, se encuentran en una situación de inermidad cuando tratan de defenderse ante distorsiones o calumnias. Por eso tienen que existir recursos formales que les permitan a las personas reclamar aclaraciones, o reparaciones, cuando los medios de comunicación difunden informaciones falsas acerca de ellas.

Los medios por lo general disfrutan de amplia libertad para señalar, denunciar, calificar e incluso para equivocarse. Esa libertad es importante para ejercer el derecho a la crítica y a fin de que los medios, cuando son independientes, se desempeñen como contrapesos delante del poder político. Pero esa libertad puede atentar contra el derecho de la sociedad para expresar aclaraciones o inconformidades delante de los medios si no hay vías para ello.

El derecho de réplica es indispensable en toda sociedad democrática para evitar que el poder de los medios avasalle la fama pública de los ciudadanos. Ese derecho no puede depender de la autorregulación, porque está destinado a remediar, así sea parcialmente, las consecuencias de equivocaciones pero, también, de decisiones expresas que toman los medios de comunicación cuando afectan a las personas<sup>[2]</sup>.

## **Vida privada e intimidad**

La protección de la vida privada es un derecho de las personas y el Estado tiene la responsabilidad de garantizarla. A ese derecho con frecuencia se contraponen el afán inquisitivo de los medios, así como el lucro que hacen con la vida privada.

En ocasiones los medios le hacen un servicio a la sociedad al develar el uso de recursos públicos, o el abuso de poder, con fines privados. Cuando unos periodistas

dan a conocer que el presidente de la República y su familia compraron una mansión gracias al crédito que les dio un contratista favorecido por el gobierno, no estamos ante la intromisión en la vida privada de nadie sino ante la exhibición de un tráfico de influencias que se quería ocultar al escrutinio público.

En otros casos, la vida privada de los personajes públicos les interesa a los medios para ganar más audiencia. La frontera entre el derecho a la privacidad de los personajes públicos y el derecho de la sociedad a tener información sobre tales personas puede ser incierta. Por lo general existen principios que permiten distinguir entre el ámbito de la privacidad y el de la publicidad. Cuando se utilizan recursos públicos, sobre todo de manera significativa, no hay condiciones para reivindicar la privacidad. Pero aún los gobernantes con más responsabilidades tienen derecho a la vida privada, aunque sea con márgenes más estrechos que el resto de los ciudadanos.

El entrometimiento en la vida privada con frecuencia se realiza a través de interceptaciones telefónicas o con cámaras ocultas, es decir, con procedimientos ilegales. Ni los medios, ni sus audiencias, reparan demasiado en esa ilegalidad cuando los resultados de tal fisgoneo les revelan o les confirman manejos turbios o, simplemente, comportamientos desusados de las personas espiadas de esa manera.

Televidentes y lectores aplauden las revelaciones obtenidas de esa forma, especialmente cuando sus implicaciones coinciden con sus simpatías o animosidades políticas. Con el empleo de tales recursos y la propagación de las informaciones así obtenidas, estamos edificando una sociedad del entrometimiento en donde la vida privada se convierte en un valor arcaico. El fisgoneo no es periodismo. Al contrario, el empleo de tales recursos inhibe al periodismo cimentado en la investigación auténtica, en la búsqueda y cotejo de fuentes, en el trabajo del reportero.

Al difundir escenas y conversaciones privadas, que por lo general les transmiten informantes anónimos, los medios se convierten en correveidiles de intereses ajenos al periodismo. Expuesta a la murmuración mediática, la vida privada se ha convertido en una mercancía que las empresas comunicacionales administran de acuerdo con sus necesidades para vender espectacularidad o, en otros casos, para presionar o premiar a distintos actores de la vida pública.

Una manera para definir los límites entre lo privado y lo público se encuentra en el

concepto de intimidad, que se refiere de manera precisa al fuero interno de las personas. Pensamientos, emociones, dudas, preferencias, aversiones, todo aquello que forma parte de nosotros pero no necesariamente de aquellos que manifestamos y somos en público, constituyen elementos de la intimidad. Se trata, como explicó el filósofo Ernesto Garzón Valdés, de “el ámbito en donde imperan los deseos y las preferencias individuales” (Garzón Valdés, 2005). En ese territorio de lo íntimo procesamos nuestra mismidad: eso que, puesto que somos, nos hace diferentes de otros. No se trata de los espacios en los que nos aislamos (la intimidad no es únicamente el baño y la recámara, para decirlo de manera gráfica) sino además de aquellos en los que nos relacionamos con otros al compartir las preferencias más nuestras. Fernando Savater lo describe en un creativo juego de palabras: “precisamente es la intimidad lo que nos impide ser idénticos y nos mantiene diferentes...” (Savater, 1998).

Tradicionalmente el espacio de la intimidad era privado, tanto por decisión de las personas como por convenciones sociales. Mantener la intimidad a resguardo era una forma de evitar que nos colocáramos en desventaja al exhibirnos en demasía; era una protección que formaba parte del sentido común. Con el advenimiento de la prensa industrial y más tarde de los medios audiovisuales, la develación de la privacidad se convirtió en un recurso para ganar notoriedad. Actores y cantantes se muestran ante los *paparazzi*, o son acosados por ellos, en una relación a veces de conveniencia y en otras ocasiones de tensión y litigio entre personajes públicos y medios de comunicación. Cuando se trata de una exposición voluntaria esos personajes hacen de su privacidad —y a veces de su intimidad— un recurso para destacar en el espacio público.

El entreveramiento entre lo público, lo privado y lo íntimo, ha adquirido mayor complejidad —pero también ha llegado a nuevas formas de exhibicionismo— con el uso reciente de tecnologías digitales. El tránsito de lo privado a lo público, se ha vuelto parte de las nuevas costumbres en el entorno tecnificado y globalizado. Incluso hay usuarios de las redes sociodigitales que hacen ostensibles rasgos o momentos de su intimidad, convirtiéndola en nuevo elemento para definir su identidad.

La expresión pública que de esa manera se le da a la intimidad es un derecho de las personas. Hipotéticamente cada quien puede decidir la visibilidad, dentro y fuera del ciberespacio, de aquello que coloca en línea. Sin embargo la tecnología no necesariamente está al servicio de los derechos. Los contenidos que llevamos a la

Red pueden quedar fuera de nuestras manos (o de nuestro teclado) por muchas etiquetas, prevenciones y restricciones que les impongamos.

El entorno digital también significa un escrutinio constante de lo que hacemos tanto al emplear recursos informáticos como, sencillamente, cuando estamos en casi cualquier espacio público. Se requiere de un esfuerzo constante para deslindar lo público, de lo privado, especialmente cuando se toman decisiones acerca del uso que se da a los registros de los dispositivos que fiscalizan nuestras actividades. Evidentemente es distinta la protección que ameritan las escenas de la cámara de video que nos graba cuando transitamos por la calle, a la grabación de una charla telefónica que ha sido interceptada sin nuestro consentimiento.

En las redes digitales las personas tienen libertad para administrar y negociar su intimidad. Pero esa libertad es disminuida por la propagación intencional que llegan a hacer de sus expresiones íntimas. Al transitar del campo de la privacidad al espacio público, los contenidos así difundidos adquieren otra jerarquía y a menudo incluso otro significado. En ejercicio de su libertad, las personas hacen público lo privado e incluso lo íntimo. Las informaciones, creencias e ideas acerca de los asuntos públicos, ahora se entretajan con expresiones de privacidad e intimidad. Las cuestiones de interés público y su discusión, quedan mezcladas con temas y expresiones hasta ahora privados e incluso íntimos. La libertad para expresar y decir incluso lo más personal, establece nuevos usos del espacio público cuyas implicaciones son inciertas. Estamos ante una mescolanza que difícilmente será saludable para la deliberación de los asuntos públicos.

Fuente: <http://mexicanadecomunicacion.com.mx/rmc/2016/03/14/de-la-libertad-a-la-intimidad/>

Fotografía: mexicanadecomunicacion

### **Fecha de creación**

2016/04/07