



CONSIDERACIONES FINALES

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON ENTONCES ORGANIZACIONES COMPLEJAS QUE TIENEN EL POTENCIAL DE SER, A UN MISMO TIEMPO, TANTO AGENTES QUE DEFIENDAN Y PROMUEVAN LA DEMOCRACIA Y LA TRANSPARENCIA, COMO MECANISMOS DE INTERESES POLÍTICOS Y ECONÓMICOS CUYOS MÓVILES SE DEFINAN EN LA OPACIDAD.

En los medios comerciales —el objeto de este trabajo— los intereses económicos, corporativos y, e incluso a veces políticos, inciden en lo que presentan como contenidos, lo cual puede afectar su desempeño a la hora de vigilar, informar y debatir en el espacio público. Sin dejar de reconocer los riesgos que esto significa para la preservación de una sociedad abierta, en este trabajo se ha explorado una serie de condiciones que en un régimen democrático favorecería el papel de los medios como actores clave para ayudar a preservar y fortalecer la democracia y la transparencia. Estas condiciones son esencialmente las siguientes:

- La existencia de un mercado competitivo de medios en donde no tengan cabida los monopolios y en donde los medios gocen de una autonomía efectiva frente al poder. La combinación de estos elementos, como se ha explicado, genera una serie de razones por las que a los medios les resulta conveniente defender la democracia y promover la transparencia.
- El equilibrio entre la libertad de expresión y el derecho a la información. La libertad de prensa, que es la libertad de expresión en los medios, sólo se entiende en función de que ésta sirve para comunicar algo a alguien más, el ciudadano con el derecho a saber.
- El desempeño profesional del periodismo. Entendido como el conjunto de aspectos relativos a su conducta ética, a su formación individual, y al goce de libertad y autonomía —garantizadas tanto por su organización mediática como por el entramado legal— para investigar y presentar información.

- El uso que se le da a la tecnología para lograr mayor alcance y difusión de los contenidos en un entorno no monopólico y de creciente acceso a la tecnología de información y comunicación.

El conjunto de estas condiciones ayudaría a explicar por qué los medios comerciales llegan a presentar información de interés general que, a primera vista, resultaría poco congruente con sus intereses corporativos. Pero al mismo tiempo nos advierte que el papel favorable de los medios comerciales para preservar una arena pública abierta y mantener la transparencia no está garantizado ni siquiera en las propias democracias.