

# **La Religión y los Medios de Comunicación en los Estados Unidos: Desafíos y Oportunidades en el Mercado Libre**

**Scott E. Isaacson, J.D.\***

Agradezco al Consorcio Latinoamericano de Libertad Religiosa y al doctor Adán Kowalik por patrocinar y auspiciar esta conferencia en la hermosa ciudad de Río de Janeiro. Cuando les conté a mis colegas de Utah, en los Estados Unidos, que iba a asistir a una conferencia académica muy seria en Río, ellos no me creyeron, y señalaron que el Consorcio no era más que un club vacacional en lugar de un grupo serio de académicos. Les dije que la conferencia el próximo año se llevará a cabo en Provo, Utah, y entonces ellos tuvieron que reconocer que estaban equivocados.

Me han pedido que trate el tema de esta Conferencia, la Religión y los Medios de Comunicación, desde el punto de vista de los Estados Unidos.

## **INTRODUCCION**

En los Estados Unidos, las libertades tanto para medios de comunicación como para la religión se mencionan en el mismo enunciado de la Constitución:

El Poder Legislativo no dictará ley alguna que adopte a una religión como religión oficial del Estado, o que prohíba la práctica libre de esta, o que limite la libertad de expresión o de publicación.<sup>202</sup>

Este enunciado se encuentra en la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos, y expresa algunas de las libertades y derechos básicos que proclaman los norteamericanos como fundamentales. Sin embargo, aun cuando se mencionan prácticamente de manera simultánea, muy pocas veces se expresa

---

\* Director Ejecutivo del Programa de Miembros del Centro Internacional para Estudios de Religión y Leyes de la Universidad de Brigham Young. Jenni Carlquist, una estudiante en la Facultad de Derecho de J. Reuben Clark, ayudó con la investigación y la redacción de esta presentación.

<sup>202</sup> Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos.

la manera como estos dos derechos interactúan, aunque a menudo uno siente claramente la influencia y el poder del otro.

Por ejemplo, si el Poder Legislativo de los Estados Unidos dicta una ley que dice que las organizaciones religiosas no están autorizadas a publicar revistas, transmitir programas de televisión, patrocinar sitios de Internet, etc., esto infringiría en el libre ejercicio de la religión, porque se reconoce universalmente que el libre ejercicio de la religión incluye el derecho a publicar las creencias religiosas de alguien. Adicionalmente, aquella misma ley hipotética violaría además la garantía de libertad de prensa. La libertad de expresión y prensa sirven para proteger aun más a las organizaciones religiosas y a la expresión sin inhibición de ideas religiosas haciendo que las leyes basadas en contenidos religiosos sean difíciles de aprobar.

El lugar fundamental que estos derechos ocupan en la mente del público Norteamericano se manifiesta en la opinión de la Suprema Corte de los Estados Unidos de 1940, *Cantwell v. Connecticut*:

En la esfera de la fe religiosa, y en aquella de la creencia política, se notan diferencias agudas. En ambos campos, los principios de un hombre pueden parecer el error más grande para su vecino. Como sabemos, cuando tratamos de persuadir a otros a nuestro propio punto de vista, a veces, el defensor recurre a la exageración, a la difamación de hombres que han sido, o son, prominentes en la iglesia o el estado. Pero la gente de esta nación ha ordenado que en vista de la historia y que a pesar de la probabilidad de excesos y abusos, estas libertades son, a largo plazo, esenciales para la opinión culta y la conducta apropiada por parte de los ciudadanos de una democracia. Las características esenciales de estos derechos son, que bajo su protección muchos tipos de vidas, caracteres, opiniones y creencias pueden desarrollarse en tranquilidad y sin obstrucción. En ningún lugar este escudo es más necesario que en nuestro propio país que está compuesto por personas de muchas razas y credos.<sup>203</sup>

Por lo tanto, la creencia en los Estados Unidos es que las religiones y los individuos son libres a usar televisión, radio, películas, libros, periódicos, revistas, internet, y cualquier otra forma de medios de comunicación que así decidan para expresar sus creencias religiosas. Existe un mercado libre cuando se trata de religión y los medios de comunicación en los Estados Unidos.

---

<sup>203</sup> *Cantwell v. Conn.*, 310 U.S. 296, 310 (1940).

La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, de la cual soy miembro, es propietaria de un periódico que se publica a diario en Lago Salado (Salt Lake City), con una circulación diaria de alrededor de 75,000 copias. Es propietaria de una casa editorial de libros que publica muchos libros religiosos de todo tipo. También es propietaria de una estación de televisión, y cerca de 20 radiodifusoras localizadas en varias ciudades de los Estados Unidos. La Iglesia también está afiliada con la Universidad de Brigham Young, que es propietaria y opera varios canales educativos de televisión, algunos de los cuales están dedicados primordialmente a una programación religiosa. Esto no es inusual. Otras organizaciones religiosas en los Estados Unidos están en la misma situación y otras poseen aún más medios de comunicación. Entiendo que conforme a las leyes de algunos de sus países, las religiones tienen prohibido o están limitadas a la posesión y la operación de medios de comunicación. Pensé que podría ser interesante comparar el funcionamiento de las organizaciones religiosas en los medios de comunicación en los Estados Unidos con situaciones en sus países. Quizás será útil o interesante para todos ustedes el entender lo que ha funcionado bien o lo que no ha funcionado en cuanto a la relación que existe entre la religión y los medios de comunicación en mi país. Como ustedes verán, las leyes en esta área han cambiado enormemente durante la historia reciente.

Con este antecedente en mente, dividiré lo que resta de mi presentación en tres partes. Primero, hablaré de religión y los medios de publicación en los Estados Unidos, y cualquier reglamento existente en esta área. Después, hablaré de la religión y los medios de transmisión, enfocándome en la radio y televisión, y los reglamentos existentes en esta área. Finalmente, hablaré de algunos ejemplos de como las religiones utilizan los medios de comunicación y concluiré con pensamientos sobre la desafíos que enfrentan las religiones en un mercado libre de ideas.

## **MEDIOS DE PUBLICACION, RELIGION, Y REGLAMENTOS**

En cuanto a los medios de publicación, ya sean revistas, periódicos, libros, o publicaciones académicas, las religiones básicamente tienen la libertad de poseer y manipular los medios de comunicación, para publicar y distribuir su literatura libremente.

Hay dos áreas extensas de limitación sobre esta libertad general: 1. Hay reglas sobre la propiedad de los medios de publicación que se aplican para asegurar que no hay un monopolio de propiedad. 2. Adicionalmente, aunque las restricciones de contenido y las limitaciones son inusuales, la Primera Enmienda no protege algunos tipos de discursos excesivos.<sup>204</sup>

En cuanto a la primera limitación, principalmente sobre la propiedad de medios de comunicación, estas reglas no están dirigidas hacia organizaciones religiosas, pero si se aplican a las organizaciones religiosas si estas poseen y operan medios de comunicación. La mayor parte de los periódicos grandes de los Estados Unidos son propiedad de compañías que también poseen alguna forma de medios de transmisión y casas editoriales.<sup>205</sup> Esta situación de carácter complejo relacionada con la propiedad de medios de comunicación es la fuente primordial para la creación de reglamentos relacionados con los medios de publicación en los Estados Unidos, en donde la preocupación de mantener medios de comunicación robustos con diversidad en una etapa de conglomerados es constante.

Las únicas regulaciones que posiblemente encuentren las religiones en relación con la propiedad son las mismas reglas aplicables a cada individuo. En un esfuerzo para fomentar la diversidad y la competencia, el gobierno estadounidense tiene varios reglamentos sobre el número total y la clase de organizaciones de medios de comunicación que una sola persona o grupo de personas puede poseer. Específicamente, desde 1975 la regla básica ha sido que se prohíbe la tenencia común de un periódico y una estación de televisión de servicio completo, si la audiencia del periódico y el canal es el mismo.<sup>206</sup> Sin embargo, la nueva legislación y las revisiones subsecuentes del reglamento original han mitigado considerablemente esta prohibición, sobre todo en mercados de comunicación grandes. Desde el 2003, se ha permitido la propiedad simultánea de ambos, periódicos y medios de transmisión, en mercados con nueve o más estaciones de televisión. Todavía están vigentes algunas limitaciones en mercados más pequeños y no se permite en lo absoluto la propiedad

---

<sup>204</sup> KRAMER, Donald T. *American Jurisprudence*, 2da Edición. § 497.

<sup>205</sup> MOORE, Aaron. Quién Posee Que, *Columbia Journalism Review*, <http://www.cjr.org/tools/owners/>

<sup>206</sup> Revisión de las Reglas de Propiedad de Transmisión del FCC, Información del Consumidor FCC, [www.fcc.gov/ownership](http://www.fcc.gov/ownership)

simultánea en mercados con tres o menos estaciones de televisión.<sup>207</sup> Por lo tanto, las religiones podrían estar algo limitadas en relación a los derechos de propiedad de medios de publicación conforme a estas reglas generales, pero no debido a la naturaleza religiosa de la organización, y más aún, estas limitaciones sólo aplicarían a la propiedad religiosa de medios masivos de mercado como periódicos de circulación general. Nunca limitarían el derecho de una religión a publicar sus propios materiales religiosos.

A pesar del contenido religioso, las organizaciones religiosas pueden o no poseer casas editoriales y publicar material religioso utilizando cualquier forma de medios de publicación que deseen. En efecto, muchas religiones en los Estados Unidos publican sus propias revistas, incluso revistas y periódicos, como un modo de complementar la predicación y enseñanza religiosa a sus fieles. Los periódicos religiosos nacionales como el *Semanario Bautista*, *Jewsweek*, y el *Reportero Católico Nacional* tienen un mercado específico con sus lectores religiosos.<sup>208</sup> También son comunes las publicaciones locales por grupos eclesiásticos, con periódicos religiosos publicados prácticamente en cada estado de la unión americana.<sup>209</sup>

La segunda limitación general sobre medios de publicación, repito, no está basada en ningún contenido religioso. Las únicas regulaciones basadas en el contenido mismo que las publicaciones religiosas o las historietas podrían encontrar son los mismos que encontraríamos para cualquier clase de expresión. Generalmente, las expresiones que incitan delito y violaciones de la paz, obscenidades, declaraciones insurgentes, y engaños no están protegidas.<sup>210</sup> Mientras que las organizaciones religiosas se abstengan de imprimir cualquiera material de este tipo, ellos no encontrarán ningún conflicto con la censura del gobierno o cualquier otra forma de regulación de contenido.

Por lo tanto, la religión no es la excepción a las leyes normales que se aplican a la prensa. En los Estados Unidos es casi imposible impedir a alguien

---

<sup>207</sup> FINBERG, Howard I. Enter the Matriz: The FCC's New Rules, *Poynter Online*, 2 de junio, 2003, <http://www.poynter.org/column.asp?id=56&aid=36005>

<sup>208</sup> Kidon Media Link, "News Sources from the United States: Religious. [http://www.kidon.com/media-link/us\\_religious.php](http://www.kidon.com/media-link/us_religious.php)

<sup>209</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>210</sup> ALR § 503, 504, 506, 510

que publique algo antes de la publicación misma a menos que se trate de asuntos de defensa nacional en época de guerra. Sin embargo, si alguien, incluyendo a las religiones, publica cosas que no son ciertas, pueden ser demandados por difamación y pueden ser obligados a pagar daños causados por dicha difamación. Estas reglas generales se aplican tanto a publicaciones religiosas como a otro tipo de publicaciones.

De vez en cuando, las publicaciones utilizadas en escuelas públicas se encuentran con más problemas de intento de censura antes de que este sea distribuido a los niños. Los grupos tales como los Ciudadanos Nacionales para la Excelencia en la Educación, la Asociación de Educadores Cristianos, el Foro Águila (“Eagle Forum”), y Mujeres Preocupadas por América están siempre en la búsqueda de publicaciones que ellos consideran que son inadecuados para el plan escolar de estudios, bibliotecas escolares, y bibliotecas públicas.<sup>211</sup> Entre los temas típicos y contenidos que buscan estos grupos guardianes se incluyen racismo, antisemitismo, ideas satánicas, temas anti-cristianos, y ataques contra valores americanos.<sup>212</sup> Los esfuerzos más recientes de estos grupos tienen un énfasis decididamente religioso con un nuevo enfoque en libros de texto y el debate en las escuelas sobre la enseñanza del creacionismo versus la evolución.<sup>213</sup> Estas cuestiones, sin embargo, realmente no implican ninguna limitación en la religión y los medios de comunicación, pero tienen que ver más con cuestiones educativas sobre el control del plan de estudios dentro de las escuelas.

Además, los tribunales estadounidenses han sostenido que las publicaciones estudiantiles de la primaria y secundaria no están protegidas en su totalidad por la Primera Enmienda.<sup>214</sup> Los periódicos producidos y patrocinados por las escuelas reciben menor protección, luego siguen los periódicos producidos en las escuelas con el permiso de la escuela, pero sin el patrocinio directo. Las publicaciones estudiantiles producidas y distribuidas fuera de las instalaciones sin la participación escolar generalmente reciben mayor protección.<sup>215</sup> El criterio que se utiliza para decidir si la censura de periódicos estudiantiles y otras

---

<sup>211</sup> PEMBER, Don R. Mass Media Law, Edición 2000, 92

<sup>212</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>213</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>214</sup> PEMBER 85

<sup>215</sup> PEMBER 86

publicaciones es apropiada incluye la interferencia con la disciplina escolar, los derechos de los estudiantes, propiedad académica, salud y bienestar del estudiante, y obscenidad, vulgaridad, o indecencia.<sup>216</sup> Las publicaciones de las universidades públicas y escuelas superiores no pueden ser censuradas a menos que interfieran “material y considerablemente con la... operación de la escuela.”<sup>217]</sup>

## **MEDIOS DE TRANSMISIÓN, RELIGIÓN, Y REGULACIÓN**

### **La Comisión Federal de Comunicaciones**

Con relación a los medios de publicación, los medios de transmisión reciben un control y monitoreo del gobierno mucho más estricto. Y la manera como el Gobierno ha tratado a los medios de transmisión ha cambiado considerablemente con el tiempo y la evolución de la tecnología. Cuando comenzó la radio y pronto a raíz de eso la televisión, en el Congreso de los Estados Unidos se creó la Comisión Federal de Comunicaciones (“CFC” en Inglés, Federal Communications Commission) para asegurar que estos colaboren con el interés público. La justificación para regular la radio y la televisión, cuando básicamente no existía ninguna regulación para los medios de publicación, consistía en que los locutores utilizaban un bien público— las ondas de radio o hertzianas — y si las operaciones no fueran reguladas por el gobierno, con las frecuencias asignadas a diferentes estaciones, las ondas de radio no serían útiles al público. La CFC fue nombrada, mediante la Ley de Comunicaciones de 1934, como responsable quien reporta directamente al Congreso y está dirigida por cinco comisarios.<sup>218</sup> Estos comisarios son nombrados por el Presidente y confirmados por el Senado para servir por el período de cinco años. El Presidente elige a uno de los cinco para que actúe como Presidente de la CFC.<sup>219</sup> En un esfuerzo para asegurarse que las opiniones y los fallos de los comisarios de la CFC sean independientes, únicamente tres de los cinco pueden ser del mismo partido político. Además, ninguno de los comisarios puede tener ningún interés financiero en ningún

---

<sup>216</sup> PEMBER 86

<sup>217</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>218</sup> (About the FCC, FCC Consumer Fact Sheets) Sobre la CFC, Folletos del Consumidor de la CFC. [www.fcc.gov/cgb](http://www.fcc.gov/cgb)

<sup>219</sup> Remítase al pie de página anterior.

negocio relacionado con la Comisión.<sup>220</sup> La Ley de la CFC está diseñada para regular los medios de transmisión, pero no para controlar específicamente ningún orden del día, sino para asegurar que se satisfagan los intereses del público en general.

La Ley de Comunicaciones de 1934, declara que la CFC fue creada: “Con el propósito de regular comunicaciones comerciales interestatales y extranjeras vía cable o radio para poner a disposición, de la mejor manera, a todas las personas de los Estados Unidos, sin discriminación por raza, color, religión, nacionalidad, o sexo, un servicio rápido y eficiente por cable y radio con instalaciones adecuadas y con cargos razonables...”<sup>221</sup> Para este fin, la Comisión Federal de Comunicaciones regula no sólo a las emisoras de radio y televisión, sino también cualquier comunicación por telegrama, satélite y cable.<sup>222</sup> La frase, “sin discriminación por raza, color, religión, nacionalidad, o sexo” se añadió en 1996.

Por sesenta y dos años, la Ley de Comunicaciones de 1934, se mantuvo prácticamente sin cambio, pero las nuevas tecnologías y una situación económica diferente llevó al Congreso a emitir la Ley de Telecomunicaciones de 1996, que actualizó y enmendó la Ley original.<sup>223</sup> El enfoque actual de la CFC está resumido en el preámbulo, que dice que es una ley, “Para promover la competencia y reducir las regulaciones con el fin de obtener precios mas bajos y servicios de mejor calidad para los consumidores de telecomunicaciones [americanos] y para estimular el despliegue rápido de las nuevas tecnologías de telecomunicación.” Este método de promover la competencia y reducir las regulaciones surgió en los ochentas durante el periodo presidencial del Presidente Reagan y recibió aprobación legislativa con la aprobación de la Ley de

---

<sup>220</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>221</sup> SEC. 1. [47 U.S.C. 151] PROPÓSITOS DE LA LEY, CREACIÓN DE LA COMISIÓN FEDERAL DE COMUNICACIONES. El resto del preámbulo continua: “para el propósito de la seguridad nacional, para el propósito de promover la seguridad de vida y propiedad por medio del uso de comunicaciones de radiodifusión y transmisión, y con el propósito de asegurar una ejecución mas efectiva de esta política por medio de centralización de autoridad hasta ahora otorgada por ley a varias agencias y otorgando autoridad adicional con respecto al comercio interestatal y extranjero por medio de radiodifusión y transmisión, se crea una comisión que será reconocida como la “Comisión Federal de Comunicaciones” que será constituida como se provee a continuación, y misma que ejecutará e impondrá los reglamentos de esta ley .”

<sup>222</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>223</sup> <http://www.fcc.gov/telecon.html>

1996.<sup>224</sup> El nivel adecuado de gobierno y de regulación de la CFC aún es un asunto que se debate profundamente en los Estados Unidos.<sup>225</sup>

Con excepción de la enmienda del preámbulo de la Ley de 1934, la única mención específica sobre religión se encuentra en una disposición de la Ley de Telecomunicaciones de 1996 relacionada con el establecimiento de un código de clasificación de programas de televisión que dice: “nada en este párrafo se interpretará para autorizar cualquier clasificación de programación de video basándose en su contenido religioso o político...”<sup>226</sup> Esta falta de regulaciones específicas con relación a la religión y los medios de comunicación es evidencia del alcance de la Primera Enmienda a la Constitución de los Estados Unidos. Otras leyes relacionadas con la religión y los medios de comunicación son innecesarias porque ya se encuentran protegidas adecuadamente.

La meta más importante de la CFC difundida en la Ley de Comunicaciones, en las audiencias de la CFC y las disposiciones de la corte sobre las acciones de la CFC, es la de proteger el interés público, por conveniencia, y necesidad.<sup>227</sup> Durante los ochenta y dos años de existencia de la CFC, la manera apropiada para definir y aplicar este modelo ha variado con el cambio de opinión sobre los reglamentos de medios de comunicación. Sin embargo, Don R. Pember, Profesor de Comunicaciones, dice que la CFC:

Aún profesa su creencia de que el servicio al interés público es fundamental para la operación de una estación de transmisión en los Estados Unidos. –No obstante, el gobierno ha adoptado recientemente el concepto de que se puede servir mejor al interés público por medio de una competencia activa entre los locutores y otros que deseen utilizar las valiosas ondas de radio o electromagnéticas. De acuerdo a los defensores de esta nueva filosofía de simplificación (o desregulación), las regulaciones

---

<sup>224</sup> PEMBER, Don R. (Mass Media Law) Ley de Medios Masivos, Edición 2000 582

<sup>225</sup> Véase ejemplo

<sup>226</sup> SEC. 551(b). (PARENTAL CHOICE IN TELEVISION PROGRAMMING) SELECCIÓN DE LOS PADRES DE LA PROGRAMACION DE TELEVISIÓN.

<sup>227</sup> 47 U.S.C. § 303, *ejm*. (Corpus Juris Secundum Database) Base de Datos de Corpus Juris Secundum actualizada mayo del 2006 (Telecommunications WVI. Radio and Television A In General § 148. Public interest, conveniente, or necessity in general). Telecomunicaciones WVI. Radio y Televisión A. En general § 148. Interés Público, conveniencia, o necesidad en general. Véase además (Communications Act of 1934) Ley de Comunicaciones de 1934.

impuestas por el mercado son mucho mas efectivas que las regulaciones del Congreso o de la CFC.<sup>228</sup>

La CFC ejerce su poder máximo sobre las transmisiones a través de la emisión de licencias de transmisión.<sup>229</sup> A pesar de que la Sección 326 de la Ley de Comunicaciones dice que nada en su contenido se entenderá o interpretará para dar a la Comisión el poder de censura sobre las comunicaciones de radio o señales transmitidas por cualquier radiodifusora, y que ninguna regulación o condición serán promulgadas o establecidas por la Comisión que interfiera con el derecho de la libertad de expresión por medio de las comunicaciones de radio.<sup>230</sup>

La realidad es que la CFC puede enfocarse a la programación de la estación cuando toma decisiones sobre el otorgar o renovar las licencias de transmisión.<sup>231</sup>

Generalmente, la CFC otorgará una licencia de transmisión si determina que la estación servirá al interés público, que es conveniente y necesario.<sup>232</sup> Sin embargo, por la naturaleza limitada de las ondas de radio o electromagnéticas, han habido más conflictos con los reglamentos de religión y medios de comunicación, en los medios de transmisión que en los medios de publicación. El punto principal permanece igual, la libertad de expresión es valorada por encima de cualquier otra cosa – pero hay algunas circunstancias donde los locutores religiosos han sido afectados de forma distinta que otras organizaciones. La CFC otorga básicamente dos tipos de licencia de transmisión: comercial y educativa no-comercial. Ya que distintas regulaciones aplican a cada una de estas categorías de licencias, las explicaré por separado.

## **Licencias de Transmisión Comercial**

---

<sup>228</sup> PEMBER 582.

<sup>229</sup> PEMBER 588.

<sup>230</sup> SEC. 326. [47 U.S.C. 326] (CENSORSHIP; INDECENT LANGUAGE) CENSURA; LENGUAJE INDECENTE.

<sup>231</sup> Pember 588.

<sup>232</sup> (Corpus Juris Secundum Database) Base de Datos Corpus Juris Secundum actualizada mayo del 2006 (Telecommunications WVI. Radio and Television B. License or Permit § 155 Public Interest, Convenient, Interest, or Necessity in General.) Telecomunicaciones WVI. Radio y Televisión B. Licencia o Permiso § 155 Interés Público, Conveniencia, Interés o Necesidad en General.

Primero, me gustaría darles una idea general de cómo la CFC y las cortes en los Estados Unidos ven a los medios y a la religión. Para hacer esto, voy a leer algunos extractos de algunas decisiones del tribunal de apelaciones sobre licencias de transmisión comercial. No voy a darles muchos antecedentes para ninguno de estos casos, simplemente quiero darles una “impresión” al leer algunos pasajes relevantes a mi tema.

En un caso de 1945 donde una estación de radio ejerció su derecho de dar por terminado contratos con locutores religiosos por razones legítimas, la corte señaló:

La verdad es que si un hombre debe hablar o predicar él debe tener algún lugar para hacerlo. Sin embargo, esto no significa que el puede apoderarse de una emisora de radio particular para su foro....Si una estación de radio rehúsa vender tiempo para que un individuo pueda transmitir sus opiniones puede considerarse una censura mas no conocemos ninguna ley que prohíbe tal curso. Como ya hemos indicado, una estación de radio no es de utilidad pública, en el sentido de que debe permitir transmitir a cualquier persona que se presenta ante sus micrófonos.<sup>233</sup>

En un caso de 1958, donde se otorgó una licencia de transmisión, dando preferencia a un locutor religioso sobre un locutor secular, la corte sostuvo:

La orientación religiosa de un concesionario es un factor irrelevante. Como sostuvo la Comisión, la primera consideración es “si el solicitante, sin importar sus opiniones, da una “oportunidad justa” a los demás que no comparten sus opiniones.”<sup>234</sup>

Cuando una sociedad atea desafió la constitucionalidad de la Ley de Comunicaciones de 1934, diciendo que violaba sus derechos de libre expresión, la corte citó una decisión tomada en 1943, que decía:

La libertad de expresión está sintetizada para los muchos que desean usar las limitadas instalaciones de la radio. A

---

<sup>233</sup> (McIntire v. Wm. Penn Broadcasting Co. of Philadelphia) McIntire v. Wm. Penn Compañía de Transmisión de Philadelphia, 151 F.2d 597, 601 (3d Cir. 1945).

<sup>234</sup> Noe v. FCC 260 F.2d 739, 742 (DC app. 1958).

diferencia de otros medios de expresión, la radio no está disponible a todos. Esta es su característica exclusiva, es por esto que, a diferencia de otros medios de expresión, la radio está sujeta a regulaciones gubernamentales. Ya que no puede ser utilizada por todos, algunos que desean usarla deben ser negados.<sup>235</sup>

Cuando la CFC aprobó la concesión de una licencia de transmisión para televisión a una corporación sin fines de lucro, y otros se quejaron, la corte sostuvo:

El simple hecho de que el concesionario es una organización religiosa no debería descalificarle para operar las ondas de radio o electromagnéticas de la misma manera como no debería calificarle automáticamente. El fondo de la pregunta sigue siendo el interés público. El volumen de la programación religiosa es un asunto que inicialmente se deja a juicio del concesionario en vista del criterio establecido por la Comisión y los patrones de interés público.<sup>236</sup>

Y finalmente, cuando un reverendo encargado de una estación de televisión que estaba bajo investigación por fraude trató de defenderse diciendo que las licencias otorgadas a grupos religiosos, merecen un tratamiento especial, la corte sostuvo:

La Ley Federal de Comunicaciones autoriza a la CFC que regule según sea necesario por “conveniencia pública, interés o necesidad” 47 U.S.C. § 303, y no hace distinción del tipo de licencia de transmisión. La CFC otorga licencias y regula las ondas de radio o electromagnéticas públicas sin diferenciar entre locutores religiosos y seculares. Además, los tribunales han aprobado la aplicación de las reglas de la CFC a grupos religiosos de la misma manera que a grupos seculares...Requiriendo que la CFC justifique que las investigaciones emprendidas en respuesta a las alegaciones de fraude por uno de sus concesionarios, religioso o secular, no están basadas en un precedente, son improbables o

---

<sup>235</sup> Véase *NBC v. US* 1943 (fue citado en *O’Hair v. US*, 281, F.Supp. 815, 820 (D.C. Cir. 1968)).

<sup>236</sup> (*Hartford Comm’n Committee*) *Hartford Comité de Comunicaciones*, 467 F.2d 408, 313 (D.C. Cir. 1972).

pueden crear otros obstáculos relacionados con la Primera Enmienda de la Constitución de los Estados Unidos.<sup>237</sup>

De estos pocos extractos, se puede observar que cuando los locutores religiosos han estado envueltos en cuestiones de licencias, la CFC y los tribunales se esfuerzan por aplicar las mismas reglas a locutores seculares. Generalmente, este método ha sido muy acertado, y los extractos que he leído son tomados de sólo un pequeño puñado de casos donde se mencionan locutores religiosos.

Ahora, me gustaría tratar en más detalle el estándar del “interés público” con relación a los locutores comerciales. Antes de la época de simplificación, la CFC tenía regulaciones específicas para asegurar que se estaba sirviendo el interés público. Estas reglas estaban diseñadas para asegurar que la programación transmitida fuese realmente sensible a cuestiones de la comunidad. Conforme a estas reglas, una estación de difusión debía proveer un cierto porcentaje de programas de no-entretenimiento.<sup>238</sup> Segundo, los locutores estaban obligados a usar procesos formales de discernimiento para determinar que cuestiones necesitaban tratarse en su programación a fin de que fuesen sensibles a la comunidad y sirvieran al interés público.<sup>239</sup> Tercero, las estaciones tenían que cumplir con pautas específicas relacionadas con el porcentaje de comerciales puestos al aire.<sup>240</sup> Finalmente, los locutores tenían que mantener un registro detallado de los programas que requerían información sobre el nombre y la categoría del programa, la fuente del programa, y la hora del programa.<sup>241</sup> El cambio de pasar de regulaciones gubernamentales a regulaciones de mercado se ve ilustrado cuando se comparan dos casos. En un caso de 1972, el tribunal aplicó las pautas y los lineamientos de programación al decir que:

El foco de la investigación se mantiene en el interés público. La cantidad de programas religiosos es un asunto que anteriormente se dejaba al discernimiento del titular en vista del criterio establecido por la Comisión y las normas del interés

---

<sup>237</sup> Scott v. Rosenberg, 702 F.2d 1263, 1272 (9<sup>th</sup> Ccir. 1983)

<sup>238</sup> Office of Commc'n of the United Church of Christ v. FCC, 707 F.2d 1413, 1420 (D.C. Cir. 1983).

<sup>239</sup> Remítase a 1421.

<sup>240</sup> Remítase a 1421

<sup>241</sup> Remítase a 1422

público....Por supuesto, consistente con sus comentarios anteriores sobre este tema, organizaciones religiosas que son solicitantes, o poseen, autorización de la Comisión, pueden presentar programas doctrinales. Sin embargo, no pueden darle la espalda a problemas seculares. Por esta razón tienen que determinar los problemas de la comunidad y dedicar una porción de sus programas para satisfacer esos problemas.<sup>242</sup>

Una década después, cuando la CFC decidió dar por terminadas estas pautas y lineamientos de programación, la corte revisó las razones por las cuales hicieron los cambios. En esta etapa de simplificación, la corte mencionó que “[L]a decisión de la Comisión [fue] motivada por su creencia básica de que el interés público se satisface mejor cuando se confía en la discreción del concesionario, en tanto lo permita el mercado, pudiendo así reemplazar exitosamente los reglamentos gubernamentales.”<sup>243</sup> La CFC determinó que al permitirle al mercado reemplazar algunas regulaciones gubernamentales esta continuaría satisfaciendo el interés público si toman en cuenta estas dos condiciones: Primero, desde la publicación de la Ley de Comunicaciones de 1934, el número de estaciones de radio, y la competencia entre ellas, aumentó inmensamente; y segundo, la radio se transformó “en una fuente secundaria y más especializada de entretenimiento e información.”<sup>244</sup>

El último punto que quisiera discutir con relación a las transmisiones comerciales trata de una doctrina ahora abolida llamada la “Doctrina de Imparcialidad.” Esta doctrina fue un requisito extremadamente discutido, adoptada en 1949 para asegurar que los locutores satisficieran el interés público al informar todos los aspectos de un hecho de importancia pública. Si una emisora trataba un asunto de importancia pública sin mencionar todos los demás aspectos del hecho, se requería entonces que luego ofreciera tiempo de transmisión para ideas competentes.<sup>245</sup> En 1969, en una decisión destacada, la Corte Suprema sostuvo que la doctrina era constitucional porque resaltaba la

---

<sup>242</sup> (Hartford Commc’n Committee) Hartford Comité de Comunicaciones, 467 F.2d 408, 413 (D.C. Cir. 1972).

<sup>243</sup> Office of Commc’n of the United Church of Christ v. FCC, 707, F.2d 1413, 1434 (D.C. Cir. 1983).

<sup>244</sup> Remítase al pie de página anterior a 1420

<sup>245</sup> Véase Paul Houston, (*FCC Repeals Fairness Rule for Broadcasters*) la CFC Revoca la Doctrina de Imparcialidad para locutores, a I, L.A. Times, Aug. 5, 1987, at 1

libertad de expresión y la libertad de prensa.<sup>246</sup> Sin embargo, algunos sostuvieron que la Doctrina de Imparcialidad afectaba a los locutores religiosos. Usted puede ver como para un locutor religioso, este problema sería desafiante: si un locutor expresaba su creencia en Dios, en teoría, se requeriría que el locutor permitiera que un ateo presentará su opinión en la radio o televisión. Este problema está resumido en un artículo de revisión de la ley publicado en 1981, seis años antes de que abolieran la doctrina:

Los locutores seculares pueden eludir las complicaciones de la Doctrina de Imparcialidad si eliminan cualquier programa controversial, o si reducen las discusiones de temas a una opinión más conservadora. Sin embargo, el locutor religioso como su *razón de ser* tiene la obligación de exponer otros temas de moralidad contemporánea y las verdades constantes según su fe. Por lo tanto, cae todo el peso de la Doctrina de Imparcialidad sobre los hombros del locutor religioso. La Doctrina de Imparcialidad que a primera vista se aplica a todos los locutores, tiene mayor efecto sobre los locutores religiosos.<sup>247</sup>

Con el mismo espíritu de simplificación que se mencionó anteriormente y que permitió a la CFC a limitarse a las fuerzas del mercado para otros requisitos de programación, la Comisión decidió abolir la Doctrina de Imparcialidad en una decisión unánime el día 4 de agosto del 1987. La CFC dijo que la doctrina no sólo violaba La Primera Enmienda de la Constitución, pero que también provocaba una programación prudente, tímida y blanda.<sup>248</sup> Puesto de otra manera, algunos dijeron que esta doctrina tuvo un efecto escalofriante en los medios de comunicación porque desalentaba a los locutores a hacer o presentar material que fuera controversial solamente para evitar que tuvieran que presentar una opinión distinta.<sup>249</sup> Además, aunque la Doctrina de Imparcialidad originalmente estuvo justificada por la escasez de las ondas de radio, –la CFC dijo que esta idea

---

<sup>246</sup> *Red Lion Broadcasting Co. v. FCC*, 395 U.S. 367, 89 S.Ct. 1794, 1798.

<sup>247</sup> Ashton R. Hardy & Lawrence W. Secrest, (Religious Freedom and the Federal Communications Commission) *La Libertad Religiosa y la Comisión Federal de Comunicaciones*, 16 Val. U. L. Rev. 57, 66 (1981).

<sup>248</sup> George Johnson & Laura Mansnerus, (FCC Decides to End the Reign of the Fairness Rule) *La CFC decide terminar el reino de la Doctrina de Imparcialidad*, N.Y. times, Aug. 9, 1987, at 47.

<sup>249</sup> Paul Houston, (FCC Repeals Fairness Rule for Broadcasters) *la CFC Revoca la Doctrina de Imparcialidad para Locutores*, L.A. Times, Aug. 5, 1987, at 1.

se estaba convirtiendo en una idea anticuada en una era con mas de 1,300 estaciones de televisión y mas de 10,000 emisoras de radio.<sup>250</sup> Esto comparado con aproximadamente 1,700 periódicos diarios que no tenían que enfrentar tal requisito.<sup>251</sup> Se debe tomar en cuenta que la Doctrina de Imparcialidad era independiente del requisito del candidato político, que manifestaba que se le debería de dar igual tiempo de transmisión a candidatos opositores. [A pesar de las justificaciones de la CFC, la decisión de abolir la Doctrina de Imparcialidad se dio con oposición. Varios miembros del Congreso juraron pasar una ley que codificaría la Doctrina de Imparcialidad y mantendrían la misma práctica. En junio de 1987, el Senado y la Casa de Representantes aprobaron el primer proyecto de ley, pero el Presidente Reagan vetó el proyecto.<sup>252</sup> Después de que la CFC abolió esta regulación en agosto, el Senado trató nuevamente de pasar como ley la Doctrina de Imparcialidad bajo otro proyecto de ley, pero terminaron por quitarlo de la legislación por miedo a otro veto del Presidente.<sup>253</sup> Los miembros del Congreso que estuvieron a favor de la Doctrina de Imparcialidad sostuvieron que ya que la televisión y las emisoras de radio son controladas únicamente por unos pocos locutores, el acceso a las ondas de radio debe ser garantizado por ley.<sup>254</sup> Sin esta doctrina, se dijo, los concesionarios estarían tentados a transmitir editoriales, opiniones, etc., sin balancear la información con opiniones contrarias.<sup>255</sup> Por lo tanto, la única manera en que los locutores podían satisfacer efectivamente el interés público era exigiéndoles que transmitieran todos los aspectos del hecho.<sup>256</sup>

---

<sup>250</sup> Johnson & Masnerus.

<sup>251</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>252</sup> Paul Houston, (FCC Repeals Fairness Rule for Broadcasters) La CFC revoca la Doctrina de Imparcialidad para Locutores, L.A. Times, Aug. 5 1987, at 1.

<sup>253</sup> Karen Tumulty, (Fairness Doctrine Loses, but Issue Due to Resurface in 1988) La Doctrina de Imparcialidad Pierde, pero volverá a surgir en 1988, L.A. Times, Dic. 23, 1987.

<sup>254</sup> Dennis McCougal, (At Issue: The Fight Over Fairness Doctrine) En materia: La Lucha contra la Doctrina de Imparcialidad , L.A. Times, Nov. 9, 1987, at 1.

<sup>255</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>256</sup> Remítase al pie de página anterior.

## Licencias de Transmisión Educativas No Comerciales

Como se mencionó anteriormente, en los Estados Unidos hay dos clases de licencias de transmisión: las licencias comerciales, de las cuales hemos estado hablando, y las licencias educativas no comerciales (o ENC) de transmisión que son emitidas a las universidades u otras organizaciones educativas para transmitir una programación no-comercial o educativa. Algunas universidades y organizaciones educativas son propiedad y son operadas por religiones y desean transmitir una programación religiosa en estos canales "educativos". Las licencias concedidas a locutores religiosos han recibido escrutinio y numerosos comentarios públicos.<sup>257</sup> Las licencias ENC son concedidas a locutores que desean usar canales reservados para la programación educativa. En el pasado, las licencias ENC fueron negadas a locutores religiosos si el objetivo primario de la organización era religioso en lugar de educativo.<sup>258</sup>

[A pesar de esta exigencia bastante rigurosa anunciada en 1971, dos personas presentaron una petición en 1975 que solicitaba "un congelamiento" de las solicitudes de licencias ENC para todas las solicitudes presentadas por las escuelas religiosas "Biblia," Cristiano, y otras escuelas doctrinales, universidades, e instituciones.<sup>259</sup> La CFC negó inmediatamente la petición y vio la propuesta "de los solicitantes contra candidatos religiosos para reservar canales de TV y FM como una propuesta inaceptable, que violaría la neutralidad de la CFC, de la misma forma como si la CFC favoreciera a candidatos religiosos sobre seculares."<sup>260</sup> La petición generó cientos de miles de preguntas para la CFC, primordialmente porque el público entendió mal la naturaleza de la petición y pensó que la CFC pensaba prohibir totalmente la programación religiosa.<sup>261</sup> Incluso hoy, más de veinticinco años más tarde, la CFC todavía recibe algunas preguntas debido a rumores sobre la difusión religiosa generada por la petición.

---

<sup>257</sup> Ashton R. Hardy & Lawrence W. Secrest, (Religious Freedom and the Federal Communications Commission) Libertad Religiosa y la Comisión Federal de Comunicaciones, 16 Va. U. L. Rev. 57, 73 (1981).

<sup>258</sup> Este patrón de "objetivo primario" fue anunciado en Bible Moravian Church, Inc., 28 F.C.C. 2d 1 (1971).

<sup>259</sup> 54 F.C.C. 2d 941 (1975).

<sup>260</sup> 54 F.C.C. 2d 941 ¶ 23 (1975).

<sup>261</sup> Ashton R. Hardy & Lawrence W. Secrest, (Religious Freedom and the Federal Communications Commission) Libertad Religiosa y la Comisión Federal de Comunicaciones, 16 Val. U. L. Rev. 57, 58 (1981).

Una hoja informativa publicada en el sitio Web de la CFC declara que los rumores que la CFC prohibiría la difusión religiosa son falsos, y señala mas adelante que “no hay ninguna ley federal que dé autoridad a la CFC para prohibir a las estaciones de radio y televisión de transmitir programas religiosos.”<sup>262</sup> Aun cuando la petición ha generado muchas molestias para la CFC, en retrospectiva, esto posiblemente ha servido para solidificar la posición de la CFC y del gobierno, que los reglamentos que discriminen en contra de la propiedad o contenido religioso son inconstitucionales.]

Durante un tiempo, la CFC emitió únicamente licencias ENC a locutores religiosos si “el objetivo primario” era educativo y no religioso.<sup>263</sup> Sin embargo, diez años más tarde, en 1985, la CFC discontinuó este criterio:

‘Al pasar los años, la Comisión ha manifestado el principio de que no se les permitirá funcionar en canales reservados para uso educativo a las organizaciones que son principalmente de naturaleza religiosa, aunque tengan algunos aspectos educativos.’ Esta declaración claramente fue errónea. Nosotros por lo tanto, convenimos totalmente con LNR [Locutores Nacionales de Religión] que ‘los candidatos para los canales reservados no deben ser rechazados simplemente porque proponen instrucciones religiosas.’<sup>264</sup>

La Comisión cristalizó este punto de vista en 1991 cuando esta dijo que “no descalificaría ningún programa simplemente porque la materia de enseñanza o instrucción era religiosa en naturaleza. Se reconoce que, aun cuando no todos los programas religiosos son educativos en naturaleza, los programas que incluyen enseñanzas de asuntos religiosos, calificarían como tales.”<sup>265</sup>

[Al final del siglo, la CFC revisó completamente el sistema para conceder licencias de ENC sustituyendo el procedimiento de audiencia especial por un

---

<sup>262</sup> (Religious Broadcast Rumor Denied) Rumores de Transmisiones Religiosas Negadas, (FCC Consumer Facts) CFC Notas del Consumidor, <http://www.fcc.gov/cgb>.

<sup>263</sup> Véase 54 F.C.C. 2d 941 ¶ 22 (1975).

<sup>264</sup> (Way of the Cross of Utah, Inc.) Camino de la Cruz de Utah, Inc., 101 F.C.C. 2d 1368 (1985)

<sup>265</sup> (Columbia Bible College Broadcasting Co.)Cia de la Universidad de Columbia de Transmisiones de la Biblia 6 F.C.C.R. 516, ¶ 10 (1991).

sistema de puntos.<sup>266</sup> La CFC expresó que el nuevo sistema se implementó para simplificar el procedimiento de licencias al “eliminar las largas audiencias tradicionales que [ellos] habían usado durante treinta años.”<sup>267</sup> El sistema de puntos “está basado en factores tales como diversidad, localidad, cobertura, y servicio a las escuelas, concediendo un permiso al candidato con el resultado más alto.”<sup>268</sup> El sistema de puntos ha generado algunos reclamos que indican que los locutores religiosos serán exclusiva e injustamente afectados. Específicamente, mientras el sistema de puntos estaba aún bajo consideración de la CFC, la Fundación de Medios Educativos, que opera una red a escala nacional de veintitrés estaciones de radio de FM de programas religiosos, argumentó “que el sistema de puntos favorece a algunos locutores mas que a otros, a perjuicio de locutores religiosos.”<sup>269</sup> La CFC rechazó los reclamos constitucionales y aprobó el sistema de puntos, al encontrar que el sistema de puntos fue diseñado como una ley neutral de aplicabilidad general y que muchas organizaciones religiosas tendrían derecho a una licencia ENC bajo el nuevo sistema.<sup>270</sup>

Hasta ahora, los tribunales también han sostenido la validez constitucional del sistema de puntos. En el 2003, la Asociación de la Familia Americana (“AFA” en Inglés, American Family Association, Inc), un ministerio cristiano a nivel nacional que posee y opera 113 estaciones ENC, afirmó que “los nuevos criterios para asignar sistemáticamente tales licencias discriminan a redes nacionales de radiodifusión religiosas y por lo tanto son inconstitucionales.”<sup>271</sup> El tribunal rechazó todas las exigencias constitucionales de la AFA haciendo mención que aun sin prestar atención al hecho que los locutores no religiosos enfrentan las mismas cargas que locutores religiosos, “la carga que el sistema de puntos endosa a organizaciones religiosas es relativamente modesta.”<sup>272</sup> Mas adelante, el tribunal mencionó que cualquier carga que los locutores religiosos podrían sufrir bajo el sistema de puntos no era inherente al sistema de puntos en

---

<sup>266</sup> (Reexamination of the Comparative Standards for Noncommercial Educational Applicants) Revisión de los Estándares Comparativos para Solicitantes Educativos No Comerciales, 16 F.C.C.R. 5071, ¶ 1 (2001)

<sup>267</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>268</sup> Remítase al pie de página anterior

<sup>269</sup> Remítase al pie de página anterior al párrafo 10.

<sup>270</sup> Remítase al pie de página anterior al párrafo 21.

<sup>271</sup> American Family Association, Inc. v. FCC 365 F.3d 1156, 1159 (2004).

<sup>272</sup> Remítase al pie de página anterior a 1171.

sí, sino más bien, inherente “a la competencia del mercado libre de ideas.”<sup>273</sup> Es posible que hayan mayores desafíos para el sistema de puntos, pero basados en el precedente establecido hasta ahora por los veredictos, el sistema parece encontrarse en una situación constitucional segura.]

En resumen, las religiones pueden obtener dos tipos de licencias para radio y televisión: comercial o educativa. Si estas poseen y operan con una licencia comercial en algún momento estuvieron sujetas a alguna restricción de “interés público” que causó algunas dificultades a las religiones, pero aquellas reglas han disminuido ahora. O podrían poseer estaciones educativas a través de las cuales tienen generalmente la capacidad de realizar transmisiones religiosas sin restricción o transmitir materiales educativos religiosos. Hubo una época en que ambos tipos de licencias tenían algunas limitaciones o restricciones sobre las religiones, pero en su mayoría aquellas restricciones fueron abandonadas ya que con la experiencia se entendió que no eran necesarias.

## **DESAFÍOS Y BENEFICIOS PARA LA RELIGIÓN EN UN MERCADO DE MEDIOS DE IDEAS LIBRES**

En los Estados Unidos, con el alto nivel de libertad de expresión y prensa permitida, las religiones van inevitablemente a experimentar tanto efectos positivos como negativos.

Los americanos se someten a la opinión de que la libre competencia de ideas en el mercado revelará la verdad. Los locutores religiosos deben tener el derecho de publicar estas opiniones en el mercado, sin obstáculos causados por reglamentos gubernamentales innecesarios y excesivos, que en efecto causan que las voces que llevan un mensaje de esperanza se callen o se moderen.<sup>274</sup>

Con el énfasis actual de simplificación del gobierno, las religiones cada vez tienen mayor capacidad para usar los medios “sin obstáculos causados por reglamentos gubernamentales innecesarios y excesivos.” Sin embargo, esta

---

<sup>273</sup> Remítase al pie de página anterior a 1172.

<sup>274</sup> Ashton R. Hardy & Lawrence W. Secrest, (Religious Freedom and the Federal Communications Comisión) Libertades Religiosas y la Comisión Federal de Comunicaciones, 16 Val. U. L. Rev. 57 (1981).

libertad tiene un precio. Aunque los grupos religiosos pueden usar los medios libremente para difundir toda clase de mensajes, estos grupos tienen muy poco control sobre los tipos de mensajes que crean cierta imagen de ellos tanto en los medios populares como en las noticias. Concluiré hoy dándoles algunos ejemplos que ilustrarán las ventajas prácticas que disfrutaban las religiones y los desafíos que afrontan en el mercado de ideas.

Primero, las ventajas para las religiones en los medios de comunicación en los Estados Unidos son obvias. Ellos básicamente tienen acceso, sin obstáculos, para imprimir y transmitir en los medios.

Grupos Religiosos - sobre todo grupos Cristianos; usan cada vez más los medios de comunicación para propagar sus mensajes, y según una encuesta, América está prestando atención. Una encuesta conducida en el 2005 por una organización de investigación cristiana encontró que el 46 por ciento de adultos en los Estados Unidos escucha típicamente una emisora de radio cristiana al mes y el 16 por ciento la escucha a diario.<sup>275</sup> La misma encuesta encontró que aproximadamente el 45 por ciento de americanos adultos ven por lo menos un programa cristiano en la televisión al mes, pero sólo el 7 por ciento lo ve diariamente.<sup>276</sup> La programación de radio cristiana ha aumentado enormemente durante los años, hasta el punto de mencionarse que una transmisora religiosa de nombre "Salem Communications", es la propietaria de un "Imperio" de estaciones de radio.<sup>277</sup> Salem Communications es una transmisora de radio cristiana con fines de lucro, que tiene como objeto el propagar "la palabra del Señor," y ofrecer una alternativa "al laicismo que se pierde." El grupo no se limita a transmisiones puramente religiosas, pero también trabaja mucho para ser una fuerza en la política conservadora.<sup>278</sup>

Un artículo del periódico relató que Salem Communications es la segunda cadena de radio de mayor crecimiento en la nación, posee 103 estaciones

---

<sup>275</sup> (The Barna Update, "More People Use Christian Media Than Attend Church,") Actualización Barna, "Más Gente utiliza los medios cristianos que las que asisten a la Iglesia, Marzo 14, 2005, [www.barna.org](http://www.barna.org).

<sup>276</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>277</sup> Adam Piore, (A Higher Frequency: How the Rise of Salem Communications' Radio Empire Reveals the Evangelical Master Plan) Una Frecuencia más Alta: Como la subida del Imperio Radial de las Comunicaciones de Salem Revelan el Plan Maestro Evangélico, 30 Mother Jones 46 (2005).

<sup>278</sup> Remítase al pie de página anterior.

en los mercados nacionales más grandes y transmite a más de 1,900 afiliados.<sup>279</sup> El alcance de Salem no está limitado solamente a la radio y televisión —también posee sesenta y dos sitios Web, la división editorial de una revista, y tiene un trato con la radio satelital XM. Con esta clase del alcance, la programación de Salem está disponible a un tercio de la población estadounidense, y cerca de 3 millones de personas leen sus sitios Web.

Aunque los grupos religiosos tienen el control exclusivo sobre los mensajes que presentan sobre si mismos cuando ellos están encargados de la programación, las representaciones negativas son inevitables en un mercado "sin obstáculos". Por ejemplo, en 1991, un cardenal católico de la ciudad de Nueva York acusó a los “redactores seculares y columnistas de la ciudad de imprimir calumnias contra los católicos romanos, que ellos no se atreverían a publicar sobre ningún otro grupo.”<sup>280</sup> Una encuesta que se publicó ese mismo año reflejó que el New York Times, el Washington Post, las Noticias de la Tarde de CBS, y la revista Times habían, durante los últimos treinta años, creado una imagen de la Iglesia Católica como una iglesia “opresiva y anticuada” “y que la cobertura de los medios de comunicación [habían] favorecido a los críticos de la iglesia en lugar de favorecer a sus defensores.”<sup>281</sup> Un periodista, notando que los reporteros a menudo mal interpretan lo que la gente religiosa dice, dijo, “¿porque debería... una persona religiosa o, para este motivo, alguien que es serio sobre la espiritualidad o sus creencias – revelar sus pensamientos mas íntimos a reporteros que casi por seguro restarían importancia a lo qué ellos dicen?”<sup>282</sup>

El beneficio de libertad que gozan las religiones en cuanto a los medios de comunicación en los Estados Unidos tiene un precio. Específicamente, en un mercado libre, hay muy poco que puede hacerse para prevenir ataques falsos e

---

<sup>279</sup> En contraste, Air América-una organización sin afiliaciones religiosas, representante de la política más liberal de América — se transmite a únicamente 70 estaciones y no posee ninguna. Sin embargo, en comparación con algunos de los verdaderos gigantes de los medios en los Estados Unidos, las cifras de Salem aún son pequeñas; la estación de Radio “Clear Channel” posee 1,200 estaciones, y la Emisora Viacom Infinity es propietaria de 178.

<sup>280</sup> K.L. Woodward, *Libels in the Cathedral* (Difamación en la Catedral), 117 *Newsweek* 59 (1991).

<sup>281</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>282</sup> Paul Wilkes, (Why People of God Don't Talk to the Press) Porque la Gente de Dios no Habla con la Prensa, 31 *Revista de Periodismo de la Universidad de Columbia*, Revisión 54 (1992).

irrespetuosos contra la religión en los medios de comunicación. Casi todas las religiones han sufrido de sátira y difamación de enemigos de la religión. Hay leyes contra la sátira y la difamación en los Estados Unidos, pero por muchos motivos y en muchos casos estas leyes no protegen a las religiones.

Si una religión o una persona religiosa cree que puede demostrar que su reputación ha sido dañada por una declaración difamatoria o por una publicación, ellos tienen la capacidad legal para defenderse. Sin embargo, a menudo varias consideraciones prácticas impedirían a las personas y organizaciones a plantear un litigio por difamación.<sup>283</sup> Primero, un litigio no sólo enfoca la atención en las acciones del demandante y el material difamatorio, sino también da al demandado una posibilidad para mostrar que la historia era verdadera y que las quejas del demandante son infundadas. Al mismo tiempo, a fin de recuperar los daños, el demandante debe demostrar que la supuesta declaración difamatoria o las publicaciones eran tanto falsas como imprudentes.<sup>284</sup> Segundo, el gasto de llevar un litigio es una consideración enorme para la mayor parte de demandantes que contemplan una demanda judicial.<sup>285</sup> Tercero, la mayor parte de los pleitos por difamación contra demandados de medios de comunicación fracasan. “El ochenta por ciento son eliminados mediante juicio sumario a favor del demandado; el resto, alrededor del veinticinco por ciento no sobreviven las apelaciones del demandado posteriores al juicio; y es muy probable que el mismo juicio a favor del demandante sea revocado por una apelación.”<sup>286</sup> Finalmente, muchos candidatos de medios de comunicación al ser demandados compran un seguro por difamación, que cubre tanto las sentencias y las costas procesales para los casos en los que un demandante realmente puede ganar un caso de difamación.<sup>287</sup> Con barreras como estas a vencer, las religiones, tal como cualquier otra organización en los Estados Unidos, tiene menos probabilidad de tratar de defenderse de una información falsa o errónea en los medios de comunicación.

---

<sup>283</sup> Gerald G. Ashdown, (Journalism Police) Periodismo Policial, 89 Marq. L. Rev. 739, 744 (2006).

<sup>284</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>285</sup> Remítase al pie de página anterior.

<sup>286</sup> Remítase al pie de página anterior citas internas han sido omitidas.

<sup>287</sup> Remítase al pie de página anterior 745.

Sin embargo, a pesar de esto, estoy seguro que la mayor parte de religiones en los Estados Unidos prefieren sufrir ocasionales ataques injustos y falsos a cambio de la libertad casi ilimitada de la que ellos disfrutaban para publicar sus propios mensajes y hasta poseer y operar los medios de comunicación masivos.

En general, el sistema de libre mercado funciona bien en lo que se trata a la religión y los medios de comunicación en los Estados Unidos. Espero que esta breve revisión de la situación en los Estados Unidos haya resultado provechosa e interesante para ustedes, especialmente cuando ustedes enfrenten cuestiones similares en sus países. Gracias por su amable atención.

4817-6998-6308