

Omar RINCÓN
EDITOR

José NATANSON • Jacinto RODRÍGUEZ • Ramón COLOMBO • Marielos MONZÓN • Manuel TORRES
Eduardo MARENCO • Álvaro MURILLO • Ricardo VALENCIA • Fernando MARTÍNEZ • Elsa Cecilia PIÑA
Margarita MARTÍNEZ • Gustavo ABAD • Fernando MOLINA • Jacqueline FOWKS • Silvia PÁEZ • José Pedro DÍAZ
María Eugenia LUDUEÑA • Francisco MARTORELL • Carlos Eduardo LINS • Ana Lucía MAGRINI

¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?

[Estado y medios de comunicación
en América Latina]

¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?

[Estado y medios de comunicación
en América Latina]

Omar Rincón
Editor

Centro de Competencia en Comunicación
para América Latina
Friedrich Ebert Stiftung

Editor:

Omar Rincón

Autores:

José Natanson
Jacinto Rodríguez
Ramón Colombo
Marielos Monzón
Manuel Torres
Eduardo Marengo
Álvaro Murillo
Ricardo Valencia
Fernando Martínez
Elsa Cecilia Piña
Margarita Martínez
Gustavo Abad
Fernando Molina
Jacqueline Fowks
Silvia Páez
José Pedro Díaz
María Eugenia Ludueña
Francisco Martorell
Carlos Eduardo Lins
Ana Lucía Magrini

Ciudad:

Bogotá, 2010

Diseño:

Nelson Mora Murcia

Producción:

Centro de Competencia en Comunicación
para América Latina, C3 FES, www.c3fes.net.

ISBN 978-958-8677-00-2

Este texto puede ser reproducido con previa autorización con
un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

[CONTENIDO]

[Introducción]	
¿HAY QUE DEFENDER A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTADO O AL ESTADO DE LOS MEDIOS Y LOS PERIODISTAS?	5
Omar RINCÓN	
[Prólogo]	
MEDIOS Y "NUEVA IZQUIERDA": ALGUNOS APUNTES IMPRESIONISTAS	15
José NATANSON	
MÉXICO	
CRÓNICA DE UNA TRANSICIÓN FALLIDA	23
Jacinto RODRÍGUEZ	
REPÚBLICA DOMINICANA	
UNA LOCURA MEDIÁTICA	37
Ramón COLOMBO	
GUATEMALA	
CON LOS MISMOS ANTEOJOS	55
Marielos MONZÓN	
HONDURAS	
GOLPE DE ESTADO, ELECCIONES Y MEDIOS EN UNA DEMOCRACIA FALLIDA	71
Manuel TORRES	
NICARAGUA	
CONVIENDO CON EL ENEMIGO	89
Eduardo MARENCO	
COSTA RICA	
LA TENTACIÓN CONTENIDA	105
Álvaro MURILLO	
EL SALVADOR	
LA ESTRATEGIA DEL CAMBIO	115
Ricardo VALENCIA	
PANAMÁ	
EL PODER DE LOS MEDIOS	123
Fernando MARTÍNEZ	
VENEZUELA	
INTOLERANCIA A LA CRÍTICA Y HEGEMONÍA COMUNICACIONAL MENOSCABAN LIBERTAD DE EXPRESIÓN	149
Elsa Cecilia PIÑA	
COLOMBIA	
ESPIONAJE, PRESIONES E INTIMIDACIONES AL RELATO PERIODÍSTICO	165
Margarita MARTÍNEZ	
ECUADOR	
EL CLUB DE LA PELEA... PODER POLÍTICO VS PODER MEDIÁTICO	183
Gustavo ABAD	

BOLIVIA	
DE LA POLARIZACIÓN A LA HEGEMONÍA	199
Fernando MOLINA	
PERÚ	
EL PÚBLICO SIGUE PERDIENDO	217
Jacqueline FOWKS	
PARAGUAY	
LA ENDOGAMIA DEL PODER (Ó) EN BUSCA DE UNA NUEVA IDENTIDAD DEMOCRÁTICA	225
Silvia PÁEZ	
URUGUAY	
DESCUBRIENDO A LA CENICIENTA	245
José Pedro DÍAZ	
ARGENTINA	
TODO O NADA... ESTADO Y MEDIOS EN PIE DE GUERRA	263
María Eugenia LUDUEÑA	
CHILE	
LA SUMA DE LOS MEDIOS (Y DE LOS MIEDOS)	289
Francisco MARTORELL	
BRASIL	
ENTRE EL PLURALISMO INFORMATIVO, LA CENSURA JUDICIAL Y EL PRAGMATISMO POLÍTICO	303
Carlos Eduardo LINS	
[Ensayo]	
Medios de comunicación y Estado en América Latina	
MUCHO GOBIERNO Y MUCHOS MEDIOS, POCO PERIODISMO Y POCAS CIUDADANÍAS	313
Ana Lucía MAGRINI – Omar RINCÓN	

LA TENTACIÓN CONTENIDA

El reconocimiento internacional de Costa Rica como escenario de democracia no podría ser tal sin el aporte de los medios de comunicación. La solidez histórica de sus instituciones abarca también al buen ejercicio del periodismo. El modelo liberal de medios de comunicación en el país basado en capital privado y en un buen marco jurídico aún perfectible, ha sabido jugar su papel de fiscalizador y dinamizador de la agenda pública. La prensa en general se mantiene distante de partidos políticos y de poderes estatales. De ahí las fricciones y, por tanto, las tentaciones personalizadas de recortar espacios. Sin embargo, se requiere un ejercicio periodístico más profundo, vivaz y exigente ante el poder político, más acorde a las exigencias de un público educado y suficientemente astuto para detectar posibles abusos desde la prensa o desde el Estado.

Álvaro Murillo

alvaromurillo@yahoo.com

Periodista graduado de la Universidad de Costa Rica, con estudios en Relaciones Internacionales en el Instituto Ortega y Gasset, de Madrid. Especialista en información política. Trabaja en el diario *La Nación* desde el año 2001 y colabora con *El País*, de España, desde el 2006. Recibió en el 2009 en premio Jorge Vargas Gené, del Colegio de Periodistas de Costa Rica.

Nadie en Costa Rica estaba acostumbrado a un caso así. Ribetes de espionaje político, estrategias maquiavélicas confesas y una honda división social se desnudaban en un documento privado hecho público en el momento más caliente de la lucha en torno al Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos. Un memorando extraído de un correo electrónico de la Casa Presidencial se publicaba con puntos y comas en las páginas del Semanario Universidad, un periódico de alcance limitado al que su adscripción a la Universidad de Costa Rica le provoca una clara inclinación hacia las ideas de izquierda.

Era “el memorando”, un texto con los mandamientos propios de la “guerrilla política” que dirigían el entonces vicepresidente de la República, Kevin Casas, y el diputado Fernando Sánchez, dos figuras cercanas al presidente de la República, Óscar Arias. El documento era un intento por evitar que los opositores al TLC siguieran creciendo y lograran imponerse en el referendo nacional que se celebraría un mes después, el 7 de octubre del 2007. Se trataba del primer referendo en la historia de Costa Rica, una elección que intentaba dirimir, más que el TLC, el modelo de desarrollo de un país acostumbrado a resultados aceptables en lo social y a escasos conflictos políticos delicados.

Éste era un conflicto político de especial cuidado. Ante la decisión del Semanario Universidad de hacer público el texto filtrado desde alguna oficina gubernamental, la clase política quedó fría. Todos los medios de comunicación, favorables u opuestos al TLC, reprodujeron la noticia y en cuestión de dos semanas cayó la cabeza de Kevin Casas. La disyuntiva del Gobierno era sacrificar al joven político al que muchos atribuían calidades presidenciales, o exponerse a que la opinión pública convirtiera las urnas electorales en tumbas para un TLC plagado de significado ideológico.

El TLC condensó la sociedad costarricense. En un polo estaba el bloque del “sí”, liderado por el Gobierno, el sector privado y muchos costarricenses que veían con desagrado la posibilidad de un triunfo con ribetes de izquierda. En el otro polo estaban algunos partidos políticos, dirigentes sociales y sectores diversos provenientes del ambientalismo, el agro, universidades públicas y sindicatos, entre otros. En medio estaban, o debían estar, los medios de comunicación de predominante capital privado, de aceptable independencia frente a los partidos políticos y protagonistas indiscutibles en la consecución de un desarrollo democrático que coloca a Costa Rica en las partes altas de los escalafones en América Latina.

El TLC sirvió también como líquido revelador para los medios de comunicación. La amplísima “auscultación social” pasó por la prensa e hizo de ella objeto de estudio. Su capital de origen, los ligámenes políticos, la autonomía, los códigos de ética, el uso de su poder, el marco legal, la distribución en el pastel ideológico... todo empezó a generar signos de pregunta que permitieron afinar el diagnóstico de cómo juegan los medios y el Estado en este país de instituciones consolidadas y niveles de libertad de expresión envidiados por otros países de la región.

La propiedad de los medios

El modelo liberal de medios de comunicación, de clara influencia estadounidense, ha ido cayendo también en la tentación de los conglomerados, en la medida en que el pequeño mercado de menos de cinco millones de habitantes lo permite. En la televisión priman dos empresas que se disputan la audiencia con pasión. Una de ellas es Representaciones Televisivas (Repretel), de capital base mexicano, dueña de tres canales y conectada a varias radioemisoras. La otra es *Televisora de Costa Rica (Teletica)*, propietaria del *Canal 7* y de una de las dos principales empresas de televisión por cable, *Cabletica*.

La radio en Costa Rica es terreno de constantes alianzas, encuentros y desencuentros corporativos que han minado la estabilidad, la credibilidad y la “institucionalidad” de programas que hasta hace pocos años eran referenciales. Ahora subsisten reducidísimos equipos periodísticos que producen noticieros básicos y algunos programas de mayor arrastre en los cuales prima la opinión. Las radios regionales, sin embargo, conservan arraigo y credibilidad en su público, en parte debido a esa lejanía con el vaivén empresarial en torno a las frecuencias de alcance nacional. Su reto es saber esquivar la tentación de hallar oxígeno financiero en alianzas con poderes políticos locales.

En la prensa, Grupo Nación y Grupo Extra son los líderes con recetarios diferentes. Grupo Nación edita el influyente diario *La Nación*, con un tiraje cotidiano inferior a los 100.000 ejemplares, así como un semanario especializado en economía, dos periódicos de corte popular y varias revistas. Otros proyectos radiofónicos también forman parte de la corporación a la cual algunos grupos de izquierda culpan de ser la trinchera mediática de la clase adinerada más tradicional del país.

El Grupo Extra se formó alrededor del *Diario Extra*, una publicación de alta lecturabilidad, en parte gracias a sus grandes letras rojas, su lenguaje fácil y la apertura del “micrófono” a todas las voces políticas sin mayor procesamiento. Aunque su estilo popular parece eximirlo de sospechas sobre vínculos con grupos determinados, son notables algunos alineamientos con sectores, privados o públicos, que enfrentan conflictos coyunturales con otros medios de relevancia, en especial cuando se trata de *La Nación*.

Un ejemplo de esta dinámica ha sido la cobertura de los casos de presunta corrupción de los ex presidentes Rafael Ángel Calderón y Miguel Ángel Rodríguez, ambos del Partido Unidad Social Cristiana (PUSC), hasta hace pocos años protagonista del bipartidismo nacional. *La Nación* reveló en el 2004 los cuestionamientos que derivaron en procesos judiciales y ha dado un estricto y crítico seguimiento a ellos, mientras *Diario Extra* más bien ha colmado sus páginas con enfoques y noticias favorables para ambos.

Existen otros medios de comunicación de menor alcance y algunos de carácter público o ligados a instituciones estatales, como es el caso del citado *Semanario*

Universidad y del Canal 15 (universitario). El Sistema Nacional de Radio y Televisión (Sinart) maneja también Radio Nacional y el *Canal 13*, dos medios que, si bien no se caracterizan por la combatividad en sus productos periodísticos, tampoco funcionan como altavoz de los gobernantes de turno. Esto pese a que la junta de accionistas la compone el Consejo de Gobierno en pleno.

La independencia mediática

No hay, como se ve, forma de casar a partidos políticos con medios de comunicación de manera directa. Las coincidencias ideológicas tienden a fatigarse antes de convertirse en ligámenes formales entre agrupaciones políticas y medios de comunicación. En el ambiente político tampoco se registran proyectos tendientes a apropiarse de periódicos o emisoras, ni siquiera de apadrinarlos públicamente, como ocurrió en los años 70 con el desaparecido diario *Excelsior*, que se quedó sin tintas el día que acabó el gobierno de Daniel Oduber Quirós, en el 78.

Con el TLC quedó claro que varios medios de comunicación, quizás los más poderosos, se matricularon de manera lógica con la telaraña de intereses empresariales que se tejía en torno al TLC. Los medios en Costa Rica no tienen ya un color político, como ocurría poco tiempo atrás con un bipartidismo consolidado, pero sí nexos con sectores empresariales cuya capacidad de presión sobre los políticos es indudable.

Por esa lejanía entre la prensa y los partidos, son frecuentes los conflictos coyunturales entre medios de comunicación y el gobierno de turno, en especial cuando se publican investigaciones que erosionan la credibilidad de quienes estén en el poder. Es entonces cuando desde las oficinas oficiales se intenta cuestionar la credibilidad y, sobre todo, la intencionalidad del diario o el noticiero, o incluso directamente de sus periodistas, cuando las autoridades pretenden entrar en disputa directa con la empresa.

“Supe que desde la Casa Presidencial intentaron callar mi trabajo hablando directamente con los mayores responsables de la empresa. Mis jefes superiores fueron llamados a cuentas y por suerte entendieron sus argumentos. Fue un voto de confianza para ellos y para mí, para el tipo de trabajo que hemos hecho. Ahora puedo ver que nada grave pasó y que hay factores estructurales en nuestro país que permiten a los medios actuar con mucha independencia cuando quieren. El problema viene cuando la actitud nuestra no es la correcta y se incurre en la autocensura, como una forma de llevar la fiesta en paz (una relación sin conflictos)”, contó en diciembre del 2009 una periodista que prefirió omitir su nombre.

Las presiones existen. Con diplomacia o sin ella, los llamados a los directivos de los medios, a sus directores e incluso a jefaturas de menor nivel son parte del presupuesto trimestral de un medio de comunicación. La eficacia de esas presiones puede variar, aunque la credibilidad en los medios de comunicación suele bastar para

que una línea de informaciones, investigaciones o cuestionamientos persista indemne y sin causarle perjuicios al medio de prensa.

Si la propiedad de los medios está desligada de las estructuras de poder político y el sistema constitucional da una garantía regular al ejercicio de una prensa libre, son pocas las palancas que el poder del Estado puede activar para intentar ejercer su influencia sobre las informaciones, pero son latentes.

El poder de los gobiernos

En primer lugar, existe la posibilidad de los gobernantes de limitar la pauta publicitaria estatal en determinados medios, a manera de castigo. Está documentado el caso ocurrido en el 2003 durante la administración de Abel Pacheco, quien decidió retirar toda publicidad oficial de las páginas del diario *La Nación*, con cuyas noticias y autoridades editoriales mantuvo un conflicto constante. También hubo intentos de un importante banco estatal contra el *Canal 7* por los cuestionamientos periodísticos a la forma como el gobierno atendió la emergencia surgida por un terremoto en los primeros días del 2009. El país carece de una ley que regule la administración de la publicidad oficial, por lo cual la administración de la pauta depende de la voluntad de las autoridades políticas.

Otra posible traba del poder político al trabajo de los medios es la administración de los contenidos, dificultando el acceso a la información pública. Esta dificultad, para fortuna de la opinión pública, topa con la actitud garantista de la Sala Constitucional en la materia. Numerosas resoluciones han sido emitidas a favor de la apertura de caminos a datos de interés público que las autoridades pretendían ocultar.

Uno de los casos más recientes tenía interés más allá de las fronteras de Costa Rica, pues los magistrados constitucionalistas acogieron el recurso de un periodista que exigía conocer detalles de una transacción financiera por 300 millones de dólares entre el gobierno costarricense y el de China Popular, como parte de la cooperación bilateral surgida del turbio establecimiento de relaciones diplomáticas en el año 2007. El Ministerio de Hacienda se vio obligado a entregar detalles de la operación crediticia, lo cual generó el interés de medios financieros internacionales, por tratarse de pruebas sobre el uso político que Pekín da a sus reservas.

La resolución constitucional, sin embargo, tardó meses en llegar. El gobierno logró ocultar durante un tiempo considerable información a los periodistas, como uno de los depositarios del derecho popular a la información. “Aunque cada vez hay una mayor conciencia, lamentablemente por burocracia o por intereses deliberados, hay instancias que prefieren esperar la orden de la Sala Constitucional. Todavía no estamos en el punto de transparencia que se merece este país”, opinó la directora de la Escuela de Ciencias de Comunicación Colectiva de la UCR, Carolina Carazo.

La calidad del periodismo

Otro factor que juega en contra de la función democrática de los medios de comunicación atañe directamente a la formación del periodista, quien es finalmente el que investiga e interpreta la realidad política. En el caso del “memorando” de Kevin Casas, de nada hubiera servido la estructura del Semanario Universidad y el marco legal protector si el periodista no hubiera tenido la noción de lo que tenía en sus manos y de las graves consecuencias que iba a provocar en la tarima política.

“Hay varias escuelas de periodismo en el país, pero en la mayoría de ellas hay una deuda en lo correspondiente a la cultura general, al pensamiento crítico y a las nociones de la ética. Eso está flojo. Eso facilita que en el seno de los medios de comunicación sea exagerada la tendencia hacia el *show*, las noticias triviales o incluso las no triviales, pero intrascendentes. Claro, que el medio de comunicación debería tener también la responsabilidad de desarrollar a sus reporteros. Puede haber periodistas bien formados que no alcanzan su potencial”, comentó Eduardo Ulibarri, exdirector de *La Nación*, profesor, actual consultor y una de las voces más respetadas en el ambiente periodístico y político.

Una nueva legislación presiona

Una traba adicional que podría complicar el trabajo periodístico se halla en el marco legal, pues aunque hay garantías constitucionales y estructura legal que permite la relación Estado-medios con un balance aceptable y la carga de la prueba de la verdad sigue corriendo en contra del comunicador, a pesar de un proyecto de ley que divaga en el Congreso en medio de las promesas políticas y la dejadez. Los delitos contra el honor fueron punibles con cárcel hasta febrero pasado, cuando una resolución de la Sala de Casación reformó la norma, para agrado del gremio periodístico.

En lugar de más avances en los obstáculos legales para el ejercicio libre y completo del periodismo, hay deseos de algunas autoridades por estrechar los espacios. Así lo dejó ver el Presidente de la República en agosto del año 2009, cuando en ocasión de un foro sobre los 60 años de la Constitución Política recogió la idea de convocar a una asamblea constituyente que ya había lanzado su hermano, Rodrigo Arias, como ministro de la Presidencia. ¿Para qué una constituyente? Para hacer más gobernable al país ¿Cómo se hace más gobernable? Restringiendo los controles, incluido el papel de vigilante y método de presión ciudadana que realizan los medios de comunicación.

“De poco sirve un marco normativo ejemplar de tutela de la libertad de prensa si los medios de comunicación están monopolizados, son unicolores o, peor aún, actúan en franca colusión con quienes ejercen el poder. Esta es, tristemente, la situación en muchos países de América Latina”, intentó diagnosticar el gobernante frente a varios

políticos, en un discurso que la mayoría de los medios de comunicación recogieron al día siguiente.

El discurso daba para más. “La prensa contemporánea no solo informa, sino también influye, decisiva y casi siempre deliberadamente, sobre las opiniones políticas de las personas. Lo hace a través de su línea editorial, lo hace a través del tratamiento que da a las noticias y lo hace, sobre todo, en la inevitable selectividad de la cobertura noticiosa”, leyó en el marco de un mensaje sobre la necesidad de reformar el marco constitucional costarricense. La observación no pasó a más. Hay poco respaldo social para modificar las reglas más fundamentales, recordó Ulibarri.

Es cierto que los medios presionan con fuerza a favor de determinadas decisiones políticas desde sus enfoques informativos y editoriales, como ocurre en todas las latitudes. El poder político, sin embargo, suele también mantener la autoridad de sus territorios, lo que en criterio del presidente del Colegio de Periodistas, Raúl Silesky, evidencia que los criterios de los medios de comunicación no son determinantes. Un ejemplo muy claro se vivió a finales del 2009, cuando la fracción legislativa de Gobierno eligió a una de sus diputadas como Defensora de los Habitantes, pese a la fuerte presión que la opinión pública ejerció desde periódicos y noticiarios.

Esas posturas críticas contenidas en los medios tradicionales encuentran a menudo eco en las plataformas informativas de internet, aún más dispuestas a la combatividad y a las opiniones disidentes. Proyectos serios pero de poco impacto han intentado proponerse como medios de comunicación inclusivos, pero el impacto sigue siendo limitado por factores diversos como la escasa penetración de internet en la población, la incertidumbre sobre modelos de financiamiento, el débil hábito popular de informarse por esta vía y la ausencia de referencias de credibilidad.

Las nuevas redes

El criterio de los expertos indica que los medios digitales refuerzan la legitimidad que ante el grueso de la opinión pública poseen los medios tradicionales, aunque también les inyecta presión para ideas y formatos más dinámicos mediante los cuales conquistar a las nuevas generaciones. Sin embargo, la calidad de algunos medios en línea va creciendo como opciones adicionales a los medios ya constituidos y va adquiriendo autoridad social. Es el caso de www.fusildechispas.com, un sitio que comenzó como un blog más, pero cuyos contenidos y formas se fueron desarrollando hasta ser una de las referencias costarricenses de la web y recibir el principal premio periodístico nacional, el Pío Víquez. Su lema es “aquí falta la objetividad que en otros lados sobra”, una confesión de género periodístico tendiente a la opinión, pero sobre todo una ironía contra la supuesta imparcialidad de los medios tradicionales, sobre todo en temas políticos.

Estos medios modernos, más los tradicionales de “la capital”, y más de 30 de carácter regional inscritos ante el Colegio de Periodistas, subsisten con limitaciones que, aunque obstaculicen de manera relativa su trabajo, no impiden su existencia y menos aún su participación en un sistema abierto, en toda la amplitud del espectro político y social que se pueda abrir en Costa Rica. Falta aún profundizar en su agenda y sus contenidos, en formatos de mayor debate político, una demanda real de distintos públicos inconformes con la liviandad informativa y la prensa “show”. El nivel educativo costarricense parece poder soportar, y por tanto querer recibir, noticias más analíticas y con ángulos más abiertos, aunque al poder político no siempre le convenga. Parece claro que en este país el sistema funciona de manera aceptable con los medios y el Estado haciendo lo suyo, sin caer en la tentación de usurpar espacios ajenos. Más bien, lo necesario sería que sin salirse de sus predios, los métodos se perfeccionen y se adapten a una sociedad más compleja y dinámica, más demandante de agudeza y menos paciente.

La relación Medios y Estado en Costa Rica

Las relaciones medios-gobierno en Costa Rica están caracterizadas por presiones mutuas que no llegan a representar atentados directos a la democracia.

Las principales formas de presión del gobierno a los medios van de los llamados de atención a los directivos de los medios y en los modos de administrar el acceso a la información pública.

La Sala Constitucional se ha mostrado como garantista para defender el derecho a la información y la libertad de expresión.

La mayor debilidad de la mediática del poder es la baja calidad periodística, ya que hay superficialidad en el modo de informar, presión a favor de determinadas decisiones políticas, presentación de historias sin pensar en los ciudadanos y en formatos show que no facilitan el debate político.

Referencias

“El precio del silencio: Abuso de publicidad oficial y otras formas de censura indirecta en América Latina”, de la Asociación por los Derechos Civiles, Open Society Justice Initiative, de Nueva York.

Carazo, Carolina. “La cultura de acceso a la información en las instituciones públicas de Costa Rica”. En Revista Reflexiones, número 85, 2006. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Costa Rica.

Sala Constitucional, Voto 13658-08

http://www.poder-judicial.go.cr/prensa/observatoriojudicial/vol77/noticias_prensa/hp31.htm

Estudio “Población costarricense, libertad de expresión y acceso a la información”, 2008. Instituto de Estudios en Población (IDESPO). Universidad Nacional.

<http://www.iplecr.org/downloads/Encuesta%20IDESPO.pdf>

Entrevista a Eduardo Ulibarri, exdirector del diario *La Nación*, presidente de IPLEX, profesor y consultor en comunicación.

Entrevista a Raúl Sileski, presidente del Colegio de Periodistas de Costa Rica

Entrevista a Alfonso Estevanovich, director del Sistema Nacional de Radio y Televisión (Sinart), estatal.

Entrevista a Carolina Carazo, directora de la Escuela de ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica (UCR).