

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	

MUCHO GOBIERNO Y MUCHOS MEDIOS, POCO PERIODISMO Y POCAS CIUDADANÍAS

La mediática del poder en América Latina expresa un mapa más bien extraño, lleno de acusaciones e intimidaciones por parte de los gobiernos y de los medios de comunicación. Este mapa expresa una batalla por el poder. Más que Estado, hay gobiernos; más que libertad de información, hay medios de comunicación. Y más que de verdades el mapa está hecho de preguntas: ¿Estados/gobiernos asesinos de periodistas? ¿Estados/gobiernos autoritarios que minan la libertad de expresión? o ¿medios monopólicos y nocivos para la democracia? o mejor ¿medios que piden libertad de empresa en nombre de la libertad de prensa?... y a todas estas ¿la democracia? y ¿los ciudadanos? y ¿el derecho a la información? En este ensayo de análisis se intentarán respuestas a estas cuestiones sobre las malas relaciones entre medios y Estado/gobiernos en la coyuntura actual de América Latina.

Omar Rincón

orincon.rincon@fescol.org.co

Profesor Asociado Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia. Director de Competencia en Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert www.c3fes.net. Crítico de medios de El Tiempo. Blogger de lasillavacia.com. Editor de *Tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*, C3FES, Bogotá, 2008. Autor de *Narrativas mediáticas o cómo cuenta la sociedad del entretenimiento*, Barcelona, Gedisa, 2006.

Ana Lucía Magrini

analucia.magrini@gmail.com

Magíster en Comunicación, Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia. Doctorando en Semiótica, Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Politóloga, Universidad Católica de Córdoba, Argentina. Blogger de lasillavacia.com.

El poder es siempre una relación de dominación y resistencia (Foucault, 1977). El Estado¹ es el poder de lo institucional, de los acuerdos comunes de una sociedad, de la legalidad que cada comunidad nacional se da. La democracia es el poder del pueblo, la convivencia regulada y dialogal entre diferentes. Se supone que un Estado democrático basa su poder en la legalidad que se otorga y en el modo en que resuelven sus conflictos. “Una sociedad mejor es una sociedad capaz de tener mejores conflictos. De reconocerlos y de contenerlos. De vivir no a pesar de ellos, sino productiva e inteligentemente en ellos. Que solo un pueblo escéptico sobre la fiesta de la guerra, maduro para el conflicto, es un pueblo maduro para la paz” (Zuleta, 2005). Y nuestros Estados en América Latina han devenido gobiernos y los gobiernos se han hechos presidencialistas y los presidentes viven del *rating* que les dan las guerras mediáticas. Y estos conflictos mediáticos son los conflictos que nos estamos dando como sociedades llamadas democráticas. Y la guerra cotidiana que nos habita es gobiernos contra medios, medios contra gobiernos, un combate en el que todo vale. Y los ciudadanos como espectadores, y los periodistas como malhechores. Y la guerra es por el poder.

Pero en América Latina hemos dejado de pensar Estado para diseñar políticas públicas en función de los intereses específicos de un gobierno². Los gobiernos

¹ Desde la perspectiva del sociólogo alemán Max Weber (1964) el **Estado** es una comunidad humana que dentro de un determinado territorio reclama para sí el monopolio de la violencia física legítima. Así, todo Estado supone una forma de dominación. Es decir, que a las demás asociaciones o individuos solo se les concede el derecho a la coacción física en la medida en que el Estado lo permite. Si consideramos esta definición en términos estrictos podríamos decir que muchas naciones latinoamericanas que por diferentes motivos no logran mantener el monopolio de la fuerza, no sería en realidad Estados. Un elemento importante de esta concepción del Estado es que la dominación a la que se refiere Weber debe ser una *coacción legítima*, es decir, de acuerdo a las normas y leyes imperantes. Para que esta dominación subsista y sea efectiva es necesario además que los dominados consientan en someterse a la autoridad.

² ¿Estado y gobierno son lo misma cosa? ¿Presidente y gobierno son equivalentes?. Estas confusiones son bastante comunes en la realidad latinoamericana, que por efectos nocivos del sistema político al que asistimos parecen ser lo mismo, aunque estas instituciones, que están íntimamente relacionadas, para ser democráticas deben NO ser equivalentes. En democracia el **gobierno** o institución encargada de la administración del Estado, es el resultado de la mediación de la representación política. Así, un gobierno democrático será en términos estrictos un partido político que ha competido en elecciones libres y que ha resultado electo por una mayoría para administrar la estructura del Estado en un periodo limitado de tiempo. Dentro de la división de poderes el Ejecutivo es asumido en América Latina por la figura del Presidente (sistemas presidencialistas). Pero el poder del Presidente, debe ejercerse en el delicado juego de pesos y contrapesos (Poder Legislativo y Poder Judicial).

tienen poder en un periodo limitado, aunque la tendencia es que los presidentes quieran quedarse para siempre. Por su parte, el adversario en esta batalla, que son los medios de comunicación, siguen teniendo mucha incidencia en los mundos del poder (gobiernos, políticos, empresarios, movimiento social). El poder en los medios surgió de una lógica militante, pro-independentista, revolucionaria y democrática, y paulatinamente ha ido migrando a formas más capitalistas de poder, fundadas en la lógica empresarial y en la información como mercancía. Los medios eran escenarios de la lucha por el poder, hoy son actores de la batalla por el poder.

¿Cómo podemos comprender las batallas por el poder entre medios de comunicación y gobiernos en América Latina? He aquí un intento de respuestas que surgen de la teoría y de los relatos periodísticos que contiene este libro **¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?**

EL CONTEXTO mediático y político en América Latina

Pensando en unas sociedades democráticas, a unas sociedades construidas con base en derechos, a unas naciones autofundadas en los valores de la modernidad la pregunta es ¿a quién debemos defender? ¿a los medios del Estado/gobierno? o ¿al Estado/gobierno de los medios?... Esta es la pregunta que está en el centro de la discusión democrática en América Latina. El debate actual sobre las relaciones entre los medios de comunicación y gobiernos en América Latina nos remite a la célebre frase de semiólogo italiano Umberto Eco (1968) “¿apocalípticos o integrados?”, en eso hemos caído. Las respuestas están bien polarizadas: los medios dicen que hay que defenderse del Estado que está adoptando formas autoritarias de gobierno; los gobiernos de la región aducen que los medios se han convertido en cuervos mercantilistas de la información y que tras la libertad de prensa esconden la libertad de empresa y las cuantiosas ganancias que gozan a espaldas de los ciudadanos. Gobiernos y medios de comunicación afirman y denuncian públicamente que “el otro” es el poder, se está jugando con “la salud mental de los ciudadanos” y con “el proyecto democrático” porque se informa con propaganda engañosa, basada en el terror mediático, la desinformación y en intereses particulares y egoístas. Medios y gobiernos se acusan de lo mismo y en los mismos términos. He ahí la paradoja de esta batalla, ambos actores exigen para sí el adjetivo de buenos y heroicos.

La tesis que guía este análisis plantea que se trata de un problema mal planteado: no es una guerra entre buenos y malos, no es una batalla a matar, es un asunto de modelo de sociedad, de modos de actuar la democracia y de modos de incluir a los ciudadanos en la vida pública. Comenzaremos por una breve reconsideración de las relaciones entre el contexto mediático y el contexto político en América Latina, a través de cinco momentos.

Primer momento, la emergencia de los Estados independientes y la emergencia de la prensa escrita. Este momento da cuenta de la función militante de la prensa escrita en pos de los procesos independentistas en la región. Medios y Estado en América Latina fueron instituciones que nacieron de la mano. Las incipientes democracias y la prensa se levantaron en defensa del proyecto moderno, tanto que publicar en los diarios era hacer política y defender la democracia. La prensa ilustrada nació, entonces, como lugar de la política.

Segundo momento, la ola autoritaria... Estados represores y menos medios: desde principios de siglo XX, para ser más específicos entrados en la década del 30' y posteriormente hacia mediados de siglo XX, se producen reiterados golpes de Estado en el continente que claramente restringen las libertades civiles (como el derecho a la vida y la detención forzosa de los ciudadanos), las libertades políticas (como el derecho al voto, la libertad de expresión, el derecho a la libre reunión con fines políticos, etc.) evidenciando un control total sobre el contenido de lo que se informaba, sobre los periodistas o personas que estaban autorizadas por el poder represivo a llevar a cabo tal función, así como sobre la estructura de los medios que se caracterizaba por su alta concentración en grupos o familias, política y económicamente hegemónicas y aliadas con el poder estatal autoritario. En este tiempo los medios se convirtieron en su mayoría en aliados del poder represivo. Hubo quienes resistieron, quienes no acordaron con este modelo, lamentablemente terminaron retirados del oficio, exiliados o exterminados. Por lo tanto en este contexto la resistencia democrática debe buscarse por fuera de la visibilidad mediática, aunque se reconoce el valor de la prensa de resistencia.

Aunque quisiéramos decir que este periodo es ya pasado y que representa una página que hemos superado en la historia de América Latina; en junio de 2009 tuvimos un episodio golpista en Honduras, un golpe militar, pero también empresarial y también mediático derrocó al Presidente Constitucional, José Manuel Zelaya Rosales. Y sigue el control totalitario de los medios y de los modos de informar en Cuba. Y cada vez más regímenes llamados de izquierda como los de Nicaragua y Venezuela buscan el control total de los modos de informar; y regímenes de derecha como los de Panamá y México intentan lo mismo. El autoritarismo es un modo de gobernar, no una ideología.

Tercer momento, la vuelta a la democrática: hacia principios de los 80' e incluso hasta entrados los 90' se produce el proceso de transición de nuestros Estados a la democracia. El retorno a la democracia trajo consigo valores como el respeto a las instituciones, a los derechos humanos, la libertad de expresión y la condena a todo tipo de censura. Ello llevó a una suerte de proliferación de medios, aunque ésta no sería muy equitativa y pluralista por largo tiempo. La vuelta a la democracia coincidió con la decadencia de la prensa como referente principal de la sociedad y el paso al dominio de lo público por parte de la televisión.

Cuarto momento, la hegemonía del mercado y el neoliberalismo de la información: hacia los 90' asistimos a un marcado "giro a la derecha", presenciamos cada vez menos Estado frente a leyes que paulatinamente producen un achicamiento de sus funciones y la privatización de las anteriores empresas estatales. El resultado mediático... *la mercantilización de los medios*, estos se asumen como grandes empresas y grupos económicos, que llevan a la alta concentración, ya no en pos de una ideología autoritaria, sino de una ideología del mercado y la pauta publicitaria. Los medios de comunicación se convierten en el escenario prioritario del poder y de la democracia. La libertad de expresión se concreta en la libertad de empresa. Y los medios de comunicación gozan de un gran control de todos los poderes; son el gran poder.

Quinto momento, los presidentes y los gobiernos definen a los medios como sus mayores enemigos y los medios se asumen como actores políticos: esta es la coyuntura actual y la que nos interesa pensar aquí, porque nos encontramos frente a un fenómeno nuevo para la lógica de lo político y para la gramática de la mediática: los papeles se han invertido, la política se dirime en, desde y con los medios de comunicación, los presidentes de la región y los gobiernos ya no se enfrentan con feroces enemigos partidarios, ahora los enemigos políticos son los medios. La democracia ha devenido una batalla mediática. Medios de comunicación y gobiernos luchan por el amor del pueblo ¿por qué?, porque los medios se retiraron de su rol de contrapoder y se asumieron como actores políticos; creyeron tanto en sí mismos que decidieron que con base en su poder moral y su tradición liberal y su libertad de expresión tenían derecho a juzgar, condenar, absolver, ordenar o gobernar. Y a los gobernantes no les pareció bien este superpoder y los metieron en la batalla por el *rating* en que se ha convertido la democracia.

Nos encontramos así frente a un alto nivel de tensión en la relación entre medios de comunicación y gobiernos. La polarización está dada en términos de mercantilización vs. estatización de la comunicación. La guerra está declarada, los medios no retroceden en insultos e injurias a todo lo que se asimile a una postura que pueda beneficiar en algún aspecto a los gobiernos (ya no importa que estas realmente sean beneficiosas para la ciudadanía, se adopta maniqueamente una postura anti-gobierno o anti-Presidente) y los gobiernos comienzan a poner en acción el aparato del Estado, usan su poder económico, producen regulaciones y legislaciones, intimidan y acosan a los periodistas, todo para controlar la acción de los medios.

El régimen mediático actual en América Latina pasó, entonces, "de militantes periodísticos y libertarios a medios políticos y empresarios". En esta línea podría caracterizarse el sistema de medios de comunicación en América Latina por algunos elementos sintomáticos:

- Los medios son empresas, por lo que sus objetivos se orientan a la maximización de beneficios en detrimento de su antigua "función militante" por la libertad de información y la calidad periodística.

- Escasa independencia respecto a las instituciones públicas o privadas que los financian.
- En sus prácticas de información están marcados apego al poder político cuando la pauta oficial es determinante.
- Convergencia empresarial. Tendencia creciente a dominar el mercado por dinero y no por calidad; así nacen los multimedios monopólicos con alta concentración de la propiedad. La información mediática se convirtió en un negocio empresarial. Algunos ejemplos ilustrativos en la región son el caso de Televisa en México, Globo en Brasil, Grupos Cisneros en Venezuela, el Grupo Clarín en Argentina, Grupo El Tiempo-Planeta en Colombia, Grupo Prisa en todo América Latina, Grupo El Mercurio en Chile.
- Convergencia tecnológica y en los soportes, los soportes tradicionales dialogan y se remiten a los nuevos soportes, como internet.
- Convergencia informativa. El modelo de producción de la información se estandariza en procesos de producción contenidos multimedios; la calidad de cada soporte (radio, tvé, prensa, internet) disminuye, aumenta la autoreferencialidad, la información circula como mercancía.
- La alta dependencia de los medios locales y regionales respecto a la pauta oficial.
- Crecimiento de los medios regionales y locales; los medios gratuitos; los medios ciudadanos; las comunidades periodísticas on-line.

Los periodistas:

- Precarización del oficio del periodista frente al declive de los medios tradicionales y la emergencia de nuevos medios en formatos on line.
- Migración del perfil del periodista tradicional al “periodista comodín” o “multimedio” que debe realizar múltiples funciones desde su casa.
- Baja calidad periodística: no hay investigación, no hay contexto, no hay diversidad de fuentes, no hay marcos de interpretación, es escribe mal, se narra peor.
- Prevalencia de la lógica de la denuncia sensacionalista y farandulera frente a la de la investigación.
- Pérdida de credibilidad en los medios y declive del interés público.
- Noticias que se presentan bajo la lógica del entretenimiento.
- El periodista ya no importa, interesa el negocio económico y político de la empresa mediática.

- El periodista se está quedando sin lugar en el mundo; por ahora trabajan en oficinas de prensa, en empresas, dando clases en las universidades y los más independientes publicando libros; en las empresas mediáticas están llenas de jóvenes inexpertos que obedecen bien y hacen mucho con poca paga.

En este contexto, la crisis del periodismo es real, no funciona su modelo de negocio, ni su modelo periodístico, ni su modelo de formación. Los medios se convirtieron en actores políticos que defiende una ideología de libertad de mercado. Su legitimidad está en descenso por la ausencia de transparencia económica e informativa de los medios. Así llegamos a un momento político extraño en el cual hay exceso de opinión en los medios pero poco periodismo; y los medios de comunicación tienen poco que ver con los ciudadanos, se desconectaron de la sociedad.

El resultado final es que los medios de comunicación están siendo un muy buen negocio para los empresarios y gobernantes pero no funcionan ni para los periodistas, ni para los ciudadanos, ni para la democracia. Entonces, los medios hacen parte de lo que hay que cambiar en la política, estamos viviendo un difícil divorcio entre medios y periodistas, el valor social de la información es muy bajo y la calidad de la democracia muy débil.

LOS ACTORES de las relaciones entre los medios y gobiernos en América Latina

Lo que nos muestran las 18 crónicas sobre la relación entre medios y gobiernos en América Latina, es que a pesar del concentrado y monopólico régimen mediático de nuestros países y a pesar del precario sistema estatal y la corrupción gubernamental a la que asistimos, el poder que circula en los medios no es muy diferente del poder que circula por las estructuras de los gobiernos. ¿Por qué? ¿a qué se debe esta vinculación?, en muchos casos a que las estructuras de poder y las elites en América Latina se caracterizan por una cosa muy peculiar... son siempre las mismas, son unos pocos los que ejercen el poder en lo público y que además lamentablemente son los dueños de los negocios más cuantiosos.

El último ejemplo lo tenemos en el nuevo gobierno de derecha en Chile. El actual presidente chileno, Sebastián Piñera, tiene entre sus negocios más jugosos acciones en la aerolínea LAN y además es dueño de un canal privado de tv, *Chilevisión*. Debido a las fuertes críticas que ha recibido, el Presidente Piñera dijo públicamente que vendería sus acciones de LAN. Pero la venta de la aerolínea no hace más que ratificar la idea... *la hegemonía gubernamental está emparentada con la hegemonía empresarial y con la hegemonía mediática*. En Colombia el próximo Presidente tiene acciones en el grupo más potente de medios del país: El Tiempo.

¿Qué sucede en las estructuras del poder cuando la hegemonía gubernamental se convierte en la hegemonía mediática?... pues simplemente no hay oposición, no hay formación de la opinión pública crítica, y los ciudadanos deben convivir con una democracia monocromática y débil y dócil a los dueños de la propiedad y los privilegios.

El mapa de las principales características de los presidentes, los gobiernos, los medios, los periodistas y los ciudadanos que nos cuentan las crónicas de este libro **¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?** son:

Los presidentes: la tendencia está marcada por un fuerte presidencialismo y por el uso estratégico que hacen los gobernantes de los medios de comunicación: seducción y compra o sino garrote y persecución. Sin embargo, dichos enfrentamientos pasan más por el orden de declaraciones, en producir un espectáculo político, en divertir a los ciudadanos con consignas y afrentas, que a plantear un nuevo modelo de sociedad, democracia y medios. Por ahora, los presidentes han devenido actores mediáticos, *celebrities*, héroes melodramáticos que van ganando la batalla de las apariencias democráticas.

Los gobiernos: como nunca antes se gobierna para los medios de comunicación. Gobernar es estar en pantalla. Se gobierna en vivo y en directo. Y si los medios no se dejan seducir y convertir en parte del proyecto de poder, se les ataca y manipula y se crea el relato de la lucha contra el poder monopólico de los grandes medios, que desde esta perspectiva atenta contra la calidad de la información que los ciudadanos reciben y se convierte en un sistema injusto, ya que solo unos pocos tienen acceso a la difusión de la información. A la mayor profesionalización en la producción de información desde los gobiernos, el uso estratégico de la pauta publicitaria oficial, el diseño de leyes, se agrega la tendencia a la creación de medios gubernamentales llamados públicos. Medios gubernamentales en nombre de la ciudadanía vs medios privados en nombre de la libertad de empresa y de información.

Los medios: el régimen o sistema mediático en la región se enfrenta a una serie de vicios que han llevado a su débil credibilidad y a convertirse en un actor nocivo para la democracia, poco informa a los ciudadanos sobre los hechos que les interesan, se convierten en agentes de posiciones maniqueas, simplistas y poco transparentes. Los medios se han convertido en actores políticos, elemento que lleva naturalmente a la pérdida de aquel papel casi imparcial del periodista como quien se orienta a la búsqueda de la verdad, develando los lugares más oscuros del poder, aquellos que se tejen a puertas cerradas y al margen de los intereses de la ciudadanía. Así los medios de comunicación no están cumpliendo con la democracia ya que no defienden a los ciudadanos y lo público, y mucho menos brindan marcos interpretativos para que los ciudadanos puedan tomar posición frente a los fenómenos políticos y la realidad social.

Respecto al régimen comunicativo preponderante se observa la escasa diversidad de posturas y lecturas críticas. Sin embargo, ha comenzado a emerger un debate sobre la relevancia de los sistemas de comunicación mixtos, que combinen medios privados y medios públicos. En Argentina por ejemplo, recientemente el congreso aprobó la “Ley de medios” que otorga un tercio de frecuencias al sector social y comunitario, en Ecuador se acordó una ley que busca limitar el poder sin control de los medios privados y meter en el sistema a los medios públicos y comunitarios, y en Uruguay se han concretado proyectos de ley ejemplares sobre los medios comunitarios y ahora el actual gobierno de centro-izquierda de José Alberto Mujica Cordano, quien asumió como Presidente en marzo de 2010, ha enfatizado sobre el papel democrático que deben cumplir los medios públicos. Estas nuevas perspectivas sobre la estructura de los medios de comunicación rompen con una idea hasta entonces instaurada en la región: *“la mejor política de comunicaciones es la que no existe”*. En este marco, podemos decir que más allá de las discusiones respecto a la capacidad de influencia mediática, los medios de comunicación siguen siendo poderosas herramientas para la lucha de las ideas en democracia. Y lo van a seguir siendo por mucho tiempo más.

Los periodistas: el gran “ninguneado” de esta crisis de los medios de comunicación y la democracia han sido los periodistas. Se les llama a ser trabajadores de los intereses económicos y políticos de los empresarios de medios o a ser militantes de los intereses gubernamentales. Ni a medios, ni a gobiernos les interesa la calidad de la información; les interesa la ganancia política. Los periodistas están más solos que nunca, sin negar los atentados y asesinatos perpetuados contra periodistas en la región, parece que la sociedad no sale en defensa del periodismo. Pero ¿por qué?... algunas respuestas también las podemos encontrar en la falta de criterios éticos respecto a la manera de informar, a las denominaciones estigmatizantes que los periodistas utilizan para referirse a las personas que son “objeto” de sus historias, y sobre todo a la falta de responsabilidad en la que incurren al desconocer las incidencias nocivas que muchas de estas acciones tienen en la vida privada de las personas. Otros factores más estructurales respecto a la precariedad del periodismo en la región, refiere a las deficiencias del sistema educativo y de la débil formación de las escuelas de periodismo, a la baja salarial y a la precariedad de tiempos y recursos para investigar. Las principales debilidades se identifican en escasa formación en periodismo de investigación, en producción de contextos y en conocimiento de las estructuras de poder.

Los ciudadanos: el actor no invitado a esta batalla por el poder es el ciudadano. Tanto gobierno como medios lo nombran y dicen defenderlo pero solo lo toman como espectador. Pero los ciudadanos se están cansando y cada vez son más hostiles con los medios de comunicación. Cada vez son más conscientes de la falta de veracidad de la información que se transmite en los grandes medios; del divorcio entre “la realidad” y las representaciones que se exhiben en los medios; y de cómo los intereses empresariales dominan la función de los medios. Los ciudadanos sienten que sus

problemas no aparecen en los medios o aparecen atravesados por la ideología de los medios como empresas, y es aquí donde emergen las demandas sobre el derecho a la comunicación frente a la libertad de prensa. Así la sociedad civil cada vez más aspira a crear sus propios medios, como los medios ciudadanos o comunitarios y en internet.

MARCAS COMUNES en las relaciones entre MEDIOS Y GOBIERNOS EN AMÉRICA LATINA

Las 18 crónicas sobre las relaciones entre medios y gobiernos en América Latina llevan MARCAS comunes que construyen un mapa de los modos de producción mediática de la política y un mapa de los modos en que los gobiernos usan la mediática. ¡El mundo al revés! Los medios de comunicación haciendo de actores políticos frente a los gobiernos [Periodismo de suplantación]. Y los presidentes/gobiernos haciendo de actores mediáticos frente a los ciudadanos [Gobierno de simulación].

PERIODISMO DE SUPLANTACIÓN. Ante la debilidad de los partidos políticos, ante la ausencia de una oposición con ideas y propuestas, ante la ausencia de alternativas... los medios de comunicación y sus periodistas se han convertido en actores políticos.

GOBIERNO DE SIMULACIÓN. Ante la debilidad de los actores políticos, el presidente y su gobierno viven para actuar en los medios, en sus propios medios, haciendo siempre noticias, estando siempre con la gente, proporcionando entretenimiento a la población... puro gobierno de simulación, y cuando los medios no se prestan para esta simulación... pues los insulta, no les responde, los manipula con licencias, los acorrala con su falta de amor. Así hemos llegado a una democracia mediática o democracia de opinión. Ni modo en esas andamos: en simulaciones, suplantaciones y complacencias.

En concretos las MARCAS más comunes en el mapa de la mediática del poder en América Latina son:

- i. En América Latina no hay políticas de comunicación en perspectiva de Estado sino en función de los gobiernos y las lógicas electorales.
- ii. Los gobiernos han logrado convertir la batalla por la información en el lugar de la gobernabilidad y de la hegemonía política. Por eso, hacer política es gobernar en y con los medios. Todo vale para orientar el “mercado de la opinión pública”.
- iii. El gobierno se ha convertido en el mayor productor profesional de información, y en eso que se ha dado a llamar el Estado Comunicador.
- iv. Se está pasando de “la mejor ley es la no ley”, o “la mejor política de comunicación es la que no existe”, que defiende posturas conservadoras y

el libre mercado... a “la mejor ley es la que es tripartita: medios privados, medios públicos y medios comunitarios”, o “la mejor política de comunicación es limitar el poder de los medios privados”.

- v. Los periodistas se están quedando sin credibilidad, sin trabajo y sin lugar en el mundo. La gran damnificada de la lucha radical entre medios de comunicación y gobiernos es la calidad periodística... nos estamos contando mal, muy mal, y el periodista viene sobrando.
- vi. El derecho ciudadano a la comunicación es el más nombrado en toda la lucha por la mediática del poder pero es el menos desarrollado. Luego los ciudadanos buscan medios alternativos para contar sus historias, hacer visibles sus problemas en la esfera pública y construir agenda ciudadana, ¿cómo? Con el internet, el celular y las redes sociales.
- vii. El gran debate es, entonces, cómo entrenar en comunicación ciudadana, en ganar más conciencia y movilización cívica, y mayor juego del ciudadano en el control de los medios.

Tipologías de LAS RELACIONES entre Medios y Gobiernos en América Latina

Entonces ¿de qué hablamos cuando hablamos de relaciones entre medios y Estado en América Latina?... ¿de presidentes que intentan limitar la acción de la oposición que ejercen los medios? ¿de gobiernos que limitan a los medios? ¿De estructuras del Estado que atentan contra la libertad de prensa? ¿de Estados que deben proteger a los ciudadanos de la irresponsabilidad de los medios?, realmente de todo esto y más. Vemos cómo son estas relaciones en un juego de tipologías³:

³ Hay que recordar que una **tipología** son tipos ideales que sirven para mirar la realidad aunque como tales no dejan de ser “ideales”... en la realidad los encontramos más o menos, nunca tal cual.

Tipología de relaciones Medios – Gobiernos en América Latina

Relación Medios-Gobiernos	Casos más relevantes	Efectos para la democracia
<p>Presidentes que dominan a los Medios: son presidentes que tienen un estilo personalista con alto carisma y gran oportunidad mediática y de entretenimiento, casi siempre dicen ser de izquierda (pero que aplica muy bien la derecha) y que rompen con los parámetros tradicionales en los que se exhibe el poder en los medios.</p>	<p>Evo Morales en Bolivia, Correa en Ecuador, Chávez en Venezuela, Lula en Brasil. Uribe en Colombia es un ejemplo de presidentes que dominan a los medios, pero desde la derecha.</p>	<p>La lucha lleva a una polarización extrema alrededor de la figura presidencial que resulta nociva para la acción política en democracia y para el actuar libre de los medios de comunicación.</p>
<p>Gobiernos que quieren dominar la esfera pública: Aquí la lucha no se da solamente a nivel de la figura presidencial sino que trasciende a las demás estructuras del gobierno, como el legislativo o el poder judicial. Se busca crear un sistema integral de dominio del "mercado de la opinión pública".</p>	<p>Fernández en República Dominicana y Cristina Fernández en la Argentina (por el mismo camino van Correa en Ecuador y Evo en Bolivia). En estas realidades se ha pasado del enfrentamiento al control vía pauta publicitaria, legislación y creación de sistema gubernamental de medios y información.</p>	<p>Los medios de comunicación privados son la oposición. Y se gobierna contra ellos. Gobernar es dominar a los medios privados y estar siempre "gobernando" en los medios. La democracia se convierte en una batalla de egos y visibilidades.</p>
<p>Medios "en-cama-dos" con el gobierno. Los presidentes y gobiernos casi siempre conservadores o de derecha comparten intereses políticos, modos de ver el mundo y son parte de las elites de poder. Es un sistema homogéneamente privado, los medios públicos son inexistentes o muy escasos, y domina la producción de un discurso único.</p>	<p>Honduras del golpe y con el presidente Lobo, México en la lucha contra los carteles de Calderón, Colombia y su seguridad democrática de Uribe, Chile y la gerencia de Piñera, Panamá y el control total de Martinelli.</p>	<p>Creación de una democracia de discurso único, feliz y progresista. Las elites son los buenos, los villanos los ponen los pobres y el narco y los criminales. Escasa diversidad en la formación de la opinión pública y la representación social que resulta un sistema nocivo para la democracia.</p>
<p>El Estado Comunicador: Es el caso opuesto a los anteriores. Aquí la comunicación solo es un recurso del Estado, no hay prácticamente medios privados. Como resultado los medios funcionan más como propaganda del gobierno que como medios públicos, -que como tales deberían mostrar también voces opuestas al gobierno-. Sistema de la propiedad de los medios homogéneamente público.</p>	<p>En América Latina tenemos dos casos plenos: Cuba y Venezuela. Y van por ahí Nicaragua y República Dominicana.</p>	<p>La democracia no existe porque sólo se reconoce una sola voz, un solo discurso, una sola visión y el disenso es visto como antipatriótico y terrorista.</p>

De la tipología anterior podemos observar dos desplazamientos en el mapa de relaciones entre medios y gobiernos en América Latina. Por un lado nos encontramos casos que advierten una suerte de homogeneidad subyacente en las relaciones medios-gobiernos: los sistemas homogéneamente privados, –casi no existen los medios públicos–, se corresponden con un tipo de comunicación vinculada a gobiernos de derecha o conservadores. Hay poco espacio para la oposición y las críticas, por lo que la contribución de los medios a la democracia se ve claramente limitada. En el extremo opuesto, aunque igualmente homogéneo encontramos “el Estado Comunicador”, aquí el sistema de medios es completamente público, y se muestra como propaganda del gobierno ya que tampoco hay espacio para la crítica y la formación de opinión pública diversa a la gubernamental. El caso más extremo es el cubano y recientemente el venezolano ha adoptado medidas restrictivas de los medios privados que llevan a la existencia muy reducida de esos medios en el país. Estas restricciones a la diversidad en la estructura de la propiedad de los medios y en la diversidad de la información resultan nocivas para la democracia.

Por otro lado, tenemos un grupo de países en los que los medios se enfrentan a los gobiernos. En primer lugar se encuentran casos como el boliviano, en el que la contienda es mediática y el gobierno no ha adoptado medidas para modificar la estructura de su propiedad. En segundo lugar se observan casos de sistemas mixtos en la propiedad de los medios que permiten la coexistencia de medios privados y medios públicos, el caso más reciente es “la ley de medios” en Argentina. En este último grupo hay mayor diversidad, aunque se han unificado medios en contra del gobierno por lo que la contribución de los medios a la democracia disminuye.

En todos los casos el asunto es la polarización como eje de la democracia, de la gobernabilidad, de la acción pública. La polarización extrema resulta poco ventajosa para “la gramática de la acción política en democracia”.

El tiempo de LAS LEYES DE MEDIOS en América Latina

¿Debemos defender a los medios del Estado o al Estado de los medios?... Para dirimir la confrontación entre gobiernos y medios y para determinar las estructuras de poder que hagan posible la idea de nación que tiene cada sociedad se está recurriendo en la región a la promulgación de leyes acerca del sistema de medios de comunicación. Así, la legislación de la comunicación social se convierte en la arena de la lucha política y democrática.

Y es verdad de oportunidad política que debemos avanzar en regulaciones gubernamentales que nos permitan tener un mejor un sistema de medios, más equitativo, más competitivo y diversificado, pero que al mismo tiempo cumpla con su función primordial, que los medios sean contrapoder al gobierno de turno y sean

oposición con calidad, con argumentos y con investigación. Lo mejor sería regular en democracia y para beneficio de los ciudadanos, los periodistas y la industria mediática. Porque como lo expresa la analista argentina Adriana Amado, no por gastar más plata en comunicación mediática se gana en popularidad y gobernabilidad... no por tener más medios del gobierno se domina el escenario de la opinión... “todo pasa por tener un vínculo más respetuoso con los periodistas... y por volver a enganchar al ciudadano con la política y la democracia”.

Y es por esto que las nuevas legislaciones de sistema de medios de comunicación en América Latina tienen sentido, son necesarias y se requieren por varios motivos:

- La necesidad de tener **POLÍTICAS COMUNICACIONALES** y de transparencia mediática.
- **NUEVAS TECNOLOGÍAS** que posibilita más comunicación y requieren pensarlas en **SISTEMA**.
- Habitamos una sociedad de los **DERECHOS** y una política de los derechos que debe ser desarrollada en el campo de la comunicación.
- El Estado debe defender **LO PÚBLICO** en las tecnologías de comunicación para que el ciudadano tenga más posibilidades de participar en la vida pública.
- Estamos asistiendo a nuevas relaciones entre poder político, **DEMOCRACIA** y ciudadanía.
- La pregunta es por **EL PAPEL DEL ESTADO EN LA COMUNICACIÓN** que lleven a fomentar la profundización de la democracia.

Lo que se quiere y se busca son reglas claras, transparentes y ciudadanas y para todos. Una legislación de sistema de medios de comunicación debería tener en cuenta criterios como:

- Libertad de información*: no intervención del Estado pero sí debe promover la industria de medios.
- Sistema de medios*: debe incluir todos los soportes de transmisión incluido lo digital, debe promover la igualdad y la diversidad de medios.
- Derecho a la comunicación*: el Estado sí debe intervenir para promover la ciudadanía.
- Contenidos*: no intervención del Estado pero sí debe fomentar contenidos específicos como los infantiles.
- Profesionalización del periodismo*: no se debe exigir tarjeta profesional, la comunicación es un derecho de todos.
- Publicidad oficial*: el Estado debe regular la inversión de la pauta publicitaria de origen estatal para fomentar la diversidad de medios y la libertad de expresión.

- vii. *Medios públicos*: deben existir pero financiados por el Estado y para ofertas de públicos no atendidos como niños, poblaciones indígenas y las negritudes. Se debe evitar el sesgo educativista.
- viii. *Licencias*: la concesión de medios y licencias deben seguir el principio de control antimonopolios
- ix. *Autoridad*: el órgano de gestión del sistema de medios debe tener autonomía del gobierno e independencia económica y tener requisitos de alta profesionalidad en políticas públicas y comunicación en sus miembros. Esta autoridad no es para controlar sino para fomentar más democracia y ciudadanía en la comunicación.
- x. *Industria*: el Estado debe fomentar el movimiento de la creatividad de los profesionales de comunicación, la generación de contenidos apropiados y la promoción de otras estéticas, formatos y narrativas.

Estas nuevas legislaciones urgentes para todos los países de América Latina deberían ser leyes minimalistas que incluya los criterios y acuerdos esenciales que permitan imaginar futuro; deben ser acuerdos entre legisladores (abogados) y comunicadores (productores de mensajes); se debe recordar que son leyes que desarrollan DERECHOS, democracia, ciudadanía y que en la comunicación el derecho fundamental es el DERECHO AL ENTRETENIMIENTO. Otro aspecto importante es que el concepto de Medios Comunitarios no basta, habría que diversificar incluyendo en su identidad a medios INDÍGENAS, medios de las NEGRITUDES... por ejemplo. Y de pronto se podría intentar crear la figura del DEFENSOR DEL PERIODISTA.

APUNTES FINALES:

Lógicas políticas y fabricaciones mediáticas

El contexto de la política y la democracia en América Latina está dado por gobiernos obsesionados por el relato mediático como táctica para ganar el dominio sobre la opinión pública; los medios de comunicación, a su vez, se han desenganchado de la ciudadanía y del periodismo de calidad para convertirse en negocio empresarial (ganancia económica) y negocio político (incidencia en la toma de decisiones). En este contexto, las relaciones gobierno y medios de comunicación se juegan entre dos estrategias: control total y estratégico desde el Estado a los modos de informar y a la propiedad, y en el otro lado, hegemonía privada y del mercado que controla los modos de informar y de gobernar. ¿Dónde se dirime el modelo la mediática del poder? En la producción de legislaciones.

Los 18 relatos periodísticos sobre las relaciones entre medios de comunicación y Estado en América Latina respondieron a la pregunta **¿Por qué nos odian tato?** con un mapa de poderes que va de lo homogéneamente público a lo homogéneamente privado... en el medio están las heterogeneidades y mixturas de lo público y lo privado, algunas más plurales que otras, algunas con matices un poco más polarizadas y menos tolerantes que otras, luego menos democráticas.

Quizás la MARCA que reclama más narración en estas 18 crónicas sobre medios y gobierno en América Latina sean los ciudadanos, los que no han sido invitados a participar de la batalla, pero sirven de justificación última, y les han dejado como papel estelar ser espectadores. Lo más nocivo para la democracia es que los ciudadanos se quedaron sin los “perros guardianes”, porque los periodistas han dejado de hacer periodismo de calidad para convertirse en propagandistas de empresarios y gobiernos.

Pero como todo adquiere sentido frente a la democracia, queremos hacernos una pregunta final: ¿cómo los medios de comunicación pueden profundizar la democracia y la sociedad de los derechos y la ciudadanía participativa?. He aquí algunas pistas a tener en cuenta:

Los medios y los periodistas ocupan el banquillo de los acusados... y los ciudadanos actúan como espectadores. Entonces, los ciudadanos deben ser más activos y los medios y periodistas aumentar su *accountability* y transparencia.

Ninguna nota vale una vida, pero la democracia exige valor a los periodistas; por eso, el miedo y la autocensura de los periodistas van en contra de la democracia y del oficio de la libertad de expresión.

Los periodistas debemos aumentar nuestra conciencia del oficio, hacer más procesos de auto-crítica, y luchar desde el terreno de la investigación y el buen periodismo, no en el terreno de la política.

La publicidad oficial no se puede usar como premio o castigo de los medios, que se invierta más en publicidad que en cultura es un pecado, y hay que tener claro que mayor publicidad no significa mayor aprobación de gobierno.

La mediática del poder es una batalla cultural entre INFORMACIÓN (los gobiernos buscan crear sistemas públicos de información que nadie ve, ni oye, ni lee) y ENTRETENIMIENTO (los medios de comunicación privada se especializan en el entretenimiento y dominan el consumo cultural y modelan gustos a su antojo). Hay que pensar la democracia en términos de la lógica del entretenimiento.

La esperanza: “ciudadanizar” la política y la comunicación, abrirse al diálogo entre los diferentes, mejorar la participación de los ciudadanos y hablar con cara descubierta.

Referencias bibliográficas

Eco, Umberto. 1968. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Palabra en el Tiempo. Barcelona, España.

Foucault, Michel. 1977. Historia de la Sexualidad. v.1. La voluntad de saber. Siglo Veintiuno Editores. México.

Montesquieu, Charles. 2007. Del espíritu de las leyes. Tecnos. Madrid, España.

rincón omar (editor). 2008. Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Fredrich Ebert Stiftung. Documento N° 7-FES-CE. Bogotá, Colombia. <http://www.c3fes.net/docs/lostelepresidentes.pdf>

Zuleta, e (2005) Sobre la guerra; En: *Elogio a la dificultad y otros ensayos*. Hombre Nuevo. Medellín, Colombia.

Weber, Max. 1964. Economía y sociedad esbozo de sociología comprensiva. Fondo de Cultura Económica. México.

“¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?”

[Estado y medios de comunicación en América Latina]

Nuestra pregunta fue ¿HAY QUE DEFENDER A LOS MEDIOS DEL ESTADO O AL ESTADO DE LOS MEDIOS? 18 periodistas nos cuentan cómo en cada país de América Latina se viven las relaciones entre gobiernos y medios de comunicación. Tendremos relatos que nos dejarán ver cómo los gobernantes se están divorciando de los medios, cómo los medios de comunicación se están divorciando de los periodistas, cómo los ciudadanos se están divorciando de los medios de comunicación y la política. Habitamos un continente donde la realidad supera a la ficción y por eso nos importa el poder de los medios. Para saber cómo venimos siendo en América Latina los invitamos a leer estos 18 relatos mediáticos del poder que nos hablan del mercado de la opinión pública y la obsesión de los gobiernos por el relato de la historia.



La unidad regional de análisis de la
comunicación para América Latina de la

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**

Documentos publicados y disponibles en www.c3fes.net:

- **El cuerpo del delito.** Representación y narrativas mediáticas de la seguridad ciudadana.
<http://www.c3fes.net/docs/delitofinal.pdf>
- **Los relatos periodísticos del crimen.**
<http://www.c3fes.net/docs/relatosdelcrimen.pdf>
- **Ya no es posible el silencio.** Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana
<http://www.c3fes.net/docs/yanoesposible.pdf>
- **Se nos rompió el amor** [elecciones y medios de comunicación - América Latina 2006]
<http://www.c3fes.net/docs/rompioelamor.pdf>
- **Lo que le vamos quitando a la guerra** [medios ciudadanos en contextos de conflicto armado en Colombia] <http://www.c3fes.net/docs/quitandoalaguerra.pdf>
- **Más allá de víctimas y culpables** [relatos de experiencias en seguridad ciudadana y comunicación en América Latina] <http://www.c3fes.net/docs/masalladevictimas.pdf>
- **Los Tele-presidentes:** cerca del pueblo, lejos de la democracia
<http://www.c3fes.net/docs/lostelepresidentes.pdf>
- **¡Sin nosotras se les acaba la fiesta!** [América Latina en perspectiva de género]
http://www.c3fes.net/docs/sin_nosotras.pdf
- **Entre saberes desechables y saberes indispensables** [agendas de país desde la comunicación]
<http://www.c3fes.net/docs/saberes.pdf>
- **Tácticas y estrategias para contar** [historias de la gente sobre conflicto y reconciliación en Colombia]
<http://www.c3fes.net/docs/tacticas.pdf>

www.c3fes.net

email: c3@fescol.org.co
c3@c3fes.net

Teléfonos: (57 1) 345 98 83 - 346 66 65
Sede: calle 71 No. 11-90 Bogotá - Colombia