

¿HAY QUE DEFENDER A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTADO O AL ESTADO DE LOS MEDIOS Y LOS PERIODISTAS?

omar rincón

Director del Centro de Competencia en Comunicación de la Friedrich Ebert www.c3fes.net
Profesor Asociado - Universidad de los Andes.

LA FUNDACIÓN FRIEDRICH EBERT y su Centro de Competencia en Comunicación (www.c3fes.net) han venido reflexionando sobre las relaciones entre MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ESTADO EN AMÉRICA LATINA. La pregunta que nos hacíamos es ¿HAY QUE DEFENDER A LOS MEDIOS DEL ESTADO O AL ESTADO DE LOS MEDIOS? Y de allí surge este texto. 18 países. 18 relatos periodísticos. 18 realidades político-mediáticas. Cada historia nos cuenta en relato periodístico cómo se responde a esta pregunta.

Nunca la comunicación fue tan importante, ni fue noticia de primera plana. Los medios de comunicación producen mucho ruido político en nuestra América Latina siglo XXI. Y es que asistimos a unos gobiernos fascinados por la lógica de los medios y a unos medios de comunicación que no quieren perder sus privilegios y dominio sobre la opinión pública. Estamos asistiendo, entonces, a una batalla inédita por el relato de país. Y es que los modelos de medios son modelos de país. En esta situación, hay que recuperar el sentido común, el de la gente, el de los ciudadanos, el del bien público, el de la democracia.

EL ESTADO COMUNICADOR y la mediática del poder

*“Una hegemonía comunicacional e informativa del Estado que permita la batalla ideológico y cultural para impulsar nuestro modelo”
(Andrés Izarra, Venezuela)*

En América Latina las relaciones entre medios y Estado son bien complejas, ambiguas y contradictorias. Casi siempre es una relación entre medios de comunicación y gobiernos porque hay pocas políticas de Estado, pues cada gobierno acomoda leyes, poder y medios para asegurar su éxito. ¡La comunicación como gobierno! ¡La efervescencia del Estado Comunicador!¹ Y del otro lado el gran poder de los medios de comunicación para incidir en la toma de decisiones; los medios de comunicación han optado políticamente hacia la derecha para defender al mercado; la crisis de la legitimidad del periodismo y el auge de los medios comunitarios y digitales en el internet. ¡La mediática del poder!

El *Estado comunicador* y la *mediática del poder* son posibles porque los medios de comunicación inciden en los modos de la política, la gobernabilidad y la democracia; porque habitamos una democracia mediática, una política del espectáculo y una gobernabilidad que se juega en encuestas de favorabilidad; porque comunicación y política son juegos de afectos y celebraciones del ego.

La comunicación, por su gran capacidad de seducción pública y por su valor estratégico en lo económico, tecnológico y político, despierta pasiones excesivas y casi perversas por parte del poder. El poder del gobierno, el poder de los empresarios, el poder de los políticos, el poder de los ciudadanos. Así, en América Latina los medios de comunicación expresan y son escenarios de conflicto y tensión que afectan la calidad de la democracia. Por ejemplo, en el informe sobre calidad de la libertad de información de Reporteros sin fronteras 2009 se encontró que Venezuela ocupa el puesto 124, Colombia el 126, Honduras el 128, México el 137 y Cuba el 170 (entre 175 países). Luego el papel del Estado está en cuestionamiento en regímenes de izquierda y derecha por igual.

En este libro periodístico se busca contar en historias para comprender los valores, las prácticas y las lógicas de producción de la mediática del poder en la producción de la política, la gobernabilidad y la democracia en América

¹ Ver: Rincón, Omar (editor), *Los tele-presidentes: cerca del pueblo, lejos de la democracia*, C3FES, Bogotá, 2008 disponible en <http://www.c3fes.net/docs/lostelepresidentes.pdf>

Latina. 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.

EL MAPA DE ASUNTOS de la relación entre medios de comunicación y Estado en América Latina

*“Cuando el periodista ataca, se suele pensar que busca la paga;
cuando aplaude, se dice que ya lo consiguió;
y si ni aplaude ni censura, se perderá en el anonimato”*
Francisco Martínez de la Vega (México)

Una vez leídos todos los relatos periodísticos de las relaciones entre medios de comunicación y Estado en América Latina es posible establecer un mapa de asuntos y preocupaciones:

Estado y gobierno. En América Latina no hay políticas de comunicación en perspectiva de Estado sino en función de los gobiernos. Luego no es posible hablar de las relaciones entre medios de comunicación y Estado, sino entre medios de comunicación y gobierno. Tal vez hay que destacar el caso de Uruguay, donde más se acerca a pensar la comunicación y el sistema de medios como un asunto de Estado.

Divorcio entre medios de comunicación y periodistas. Los medios son distintos a los periodistas. En América Latina los medios de comunicación optaron por defender el negocio y por eso se convirtieron en actores políticos con agenda de modelo liberal de mercado. Los periodistas y la calidad de información no interesan. Por tanto, los periodistas se están quedando sin credibilidad, sin trabajo y sin lugar en el mundo. Los medios siguen siendo buenos negocios. La noticia: el periodista es abandonado y asistimos a su separación de “su esposo” los medios de comunicación.

La libertad de expresión y la información. “La mejor ley es la no ley”, “la mejor política de comunicación es la que no existe”, afirman los dueños de los medios. Y es que los medios privados han creado su propia realidad. Una que se guía por una moral de clan que representa a los dueños del poder y que expresa poca transparencia informativa y económica. Una que basándose en el poder moral y la tradición liberal de la libertad de expresión afirma su derecho

a juzgar, condenar, absolver, ordenar o gobernar. Una libertad de información que defiende posturas conservadoras y el libre mercado. Su modo de actuar es la concentración mediática, pocos empresarios son dueños de muchos medios y sólo les interesa el negocio e imponer un sistema de pensamiento y discurso único; en general, la tendencia es que los medios informan y piensan y hacen política de derecha, y no se quiere ofender ni al poder gobernante ni al poder del anunciante... El resultado: desconexión de los medios con los ciudadanos y conexión con el poder; los medios dejaron de ser contrapoder; baja credibilidad y legitimidad social de los medios. Ahí es cuando surge la necesidad de regular el poder de concentración y es ahí donde aparece el tema de las concesiones y licencias de radio, televisión y telecomunicaciones. Una historia de lucha entre gobiernos y medios con baja calidad periodística y baja tolerancia democrática.

Gobernar es ganar la batalla de la información. Y todo vale para comprar la conciencia pública. Y los gobiernos desarrollan una obsesión por lo mediático. Su justificación es que en los medios de comunicación privados se está jugando con la salud mental de los ciudadanos porque se informa con propaganda engañosa, basada en el terror mediático, la desinformación y la propiedad. Y es que se cree que el poder se ha desplazado de los gobiernos hacia la opinión pública... el poder reside, por tanto, en quienes informan. Por eso se considera que tener a los medios de comunicación del lado del gobierno es indispensable para la gobernabilidad de éxito en las encuestas y es una doctrina de seguridad nacional frente al terrorismo mediático. Por eso, hacer política es estar/tener/gobernar con los medios a favor. En este contexto, el gobierno tiene que orientar el “mercado de la opinión pública” a través de incentivos, legislación especial en nombre de los niños y la responsabilidad social, monitoreo de lo que los medios informan, diseño estratégico de la propaganda, manejo discrecional de la publicidad oficial, creación de un sistema estatal de medios, redes de comunicadores populares como producción controlada de información a través de un Centro de Información o una agencia de noticias. El gobierno se convierte en un productor de información, no responde las preguntas de los periodistas, pero acusa y crítica, persigue legal e ilegalmente al que piensa distinto, realiza campañas de difamación contra los medios que no están con el gobierno, usan la publicidad oficial para premiar/castigar/cooptar a periodistas y medios. Se busca la dictadura mediática y el control de la libertad de información para comprar conciencias y poner en escena el Estado Comunicador. La justificación es que se está en una guerra mediática, en una lucha por la hegemonía comunicacional e informativa y por el control de las ideas públicas y hasta de la vida privada. Hasta ahora el gobierno va ganando la batalla y la iniciativa política.

Sistema de medios gubernamentales. Se les llama públicos o de los ciudadanos o de Estado o que responden a la institucionalidad política. Pero no, son sólo de

propaganda de gobierno. Como los medios son el escenario de la lucha política desde los gobiernos se quiere tener medios propios para ganar las batallas. La estrategia es no dar sosiego a la opinión pública, estar ahí siempre haciéndose visible y gobernando en público. Así el sistema de medios de gobierno consiste en crear un sistema de medios públicos, más un sistema de medios comunitarios, más un sistema de medios privados pero controlados, más una altísima inversión en publicidad y propaganda, más presencia permanente en cadenas que van por todos los canales de televisión... La estrategia consiste en proveer mucha información y promover mucha opinión. Lo cierto es que los sistemas de medios gubernamentales se hacen para conversos, y enfatizan en lo informativo e ideológico y tienen poco público, poco *rating*. Y tampoco hacen diferencia en los criterios periodísticos.

El derecho ciudadano a la comunicación. La reacción ciudadana es huir y desconectarse ante la manipulación mediática de los gobiernos, la corrupción mediática de los privados y el periodismo ejercido como propaganda. Los ciudadanos van quedando por fuera de la relación medios-gobierno. Así mismo, la ciudadanía manifiesta una total hostilidad contra los medios de comunicación. Entonces, surgen los modos del periodismo popular y el internet y el celular como otros modos de comunicación que se conectan más con las necesidades ciudadanas. Los periodismos ciudadanos evitan la retórica educativa, ideológica y contenidista de los medios gubernamentales y asumen el tono del entretenimiento popular de los medios privados, así la fórmula es combinar música popular, participación ciudadana, pluralismo de ideas. Y aprovechar que la radio, el internet y el celular son los medios que mejor se acercan a la ciudadanía y la diversidad. Una esperanza. Eso sí hay que entrenar en ciudadanía, en ganar más conciencia y movilización cívica, mayor juego del ciudadano en el control de los medios.

Calidad periodística. El elemento diferencial es la calidad... no hay calidad sin libertad, ni libertad sin democracia. Hay que recuperar el periodismo de calidad, el periodismo de combate y el humor que salva la dignidad de la profesión. Calidad periodística que nos lleve a dejar el periodismo de propaganda (medios públicos y privados), a aprender de la interpelación popular del periodismo sensacionalista y de farándula, a incentivar la investigación para que los periodistas (y ojalá los medios de comunicación) logremos más independencia y calidad; para eso debemos dejar de “negociar” con el poder de los partidos, los gobiernos y las fuentes... Se hace necesario la profesionalización y autocrítica de los periodistas... Se debe practicar la calidad que consiste en diversificar fuentes, brindar contexto, controlar al poder, generar marcos de interpretación, conectarse con los intereses de la ciudadanía y contar bien.

Y de qué VAMOS A LEER

*“No por gastar más plata en comunicación mediática se gana
en popularidad y gobernabilidad...
Todo pasa por tener un vínculo más respetuoso con los periodistas...
Ya que frente a la hipermediatización de la política,
la gente está desenganchada”,
Adriana Amado (Argentina)*

Este libro es entonces un documento 2010 sobre cómo se viven en América Latina las relaciones entre gobiernos y medios de comunicación. Cada periodista desde su realidad nacional nos cuenta cuál es el contexto político; cuál es el papel de los medios en la política, la gobernabilidad y la democracia; cómo es el mapa de la propiedad de los medios; cómo es la calidad de los medios de comunicación; cómo es el sistema de medios estatales y/o públicos y su poder en la ciudadanía y la democracia; cómo se respeta y promueve la libertad de información; cómo se promueve el Derecho a la Comunicación; cuál es el uso que los gobiernos hacen de la publicidad; qué leyes de medios tienen... Estas preguntas guiaron los relatos, cada país presenta su historia. Y estas son:

[MÉXICO] O sobre cómo los medios y los periodistas se acostumbraron a “negociar” con el poder de los partidos, los gobiernos y las empresas mediáticas... tanto que lograron producir una nación silenciosa que mira mal a la libertad de expresión y de información... una sociedad que respeta poco el derecho ciudadano a la comunicación... Una historia espeluznante en la que los periodistas se preguntan “¿por qué nos odian tanto?”

[REPÚBLICA DOMINICANA] O cómo es que hay tantos medios en una isla tan pequeña y que los medios siempre anden en amoríos con los gobiernos y que los gobiernos tengan como eje de la política a los medios de comunicación... Una historia de un amor casi perfecto, pero que para ser democrática, le hacen falta los ciudadanos.

[GUATEMALA] O cómo los medios y los dueños del país piensan lo mismo e informan con la misma perspectiva... O cómo un señor de Miami es dueño de toda la televisión y decide apoyar siempre al gobierno de turno... O cómo los medios informan y piensan y hacen política de derecha... Una historia trágica de cómo para gobernar sólo hay dos opciones: o con los medios o contra los medios.

[HONDURAS] O cómo el golpe a la democracia del 2009 se hizo con la complicidad de los medios de comunicación... O cómo los medios de comunicación y las ideologías de derecha defienden los mismos valores... Una historia patética de cómo los medios de comunicación son cómplices de la poca democracia.

[NICARAGUA] O cómo el señor Presidente busca la dictadura mediática y el control de la libertad de información a través de comprar medios, comprar conciencias y apoyar a los medios amigos y perseguir a los periodistas independientes... Una historia de horror democrático en la que los periodistas se llevan la peor parte.

[COSTA RICA] O cómo este país es un oasis de “buenas ondas”, *bien por dicha* para la gente y *pura vida* democrática... pero cómo los modos del periodismo popular y el internet están buscando otros periodismos... Una historia de convivencia democrática con muchas peleas de poder en el camino.

[EL SALVADOR] O cómo un presidente-periodista tiene controlados a los medios de comunicación mientras pone molesto a su Partido, el FMLN... y sobre cómo a los empresarios de medios les va bien y los periodistas están siendo cuestionados... Una historia de un gobierno equilibrista con los medios.

[PANAMÁ] O cómo hay un nuevo Presidente encantado por los medios y el poder, tanto que está convirtiendo a la información y a la institucionalidad del país en su feudo de amigos y negocios... y hasta los medios de comunicación siempre amigos de los gobiernos andan escandalizados... Una historia de tragedia sobre la democracia panameña y el poder del Presidente.

[VENEZUELA] O cómo el Estado Comunicador controla la agenda mediática vía legal, por la publicidad, por la creación de un sistema de medios, por la capacidad informativa del Presidente... pensar/informar distinto es un ataque a la gobernabilidad... Una historia épica en busca de la hegemonía comunicacional e informativa para la batalla ideológico-cultural pero que no logra *rating*.

[COLOMBIA] O cómo los medios de comunicación ejercen poco la independencia... de cómo el gobierno espía, presiona e intimida a jueces, periodistas, oposición política... de cómo existe una espeluznante concentración mediática e informativa... una historia de miedo sobre cómo un gobierno controla todo, comenzando por la agenda mediática y terminando por la vida privada.

[ECUADOR] O cómo el gobierno invistió a los medios como la oposición y los periodistas jugaron a políticos y perdieron... O cómo la ley de medios de comunicación se convirtió en debate apasionado y virulento en el cual los ciudadanos fueron meros espectadores... Una historia de lucha entre gobiernos y medios de comunicación con baja calidad periodística y baja tolerancia democrática.

[BOLIVIA] O cómo el gobierno y los medios de comunicación han venido en una confrontación permanente, una polarización clasista, étnica, regional e ideológica... una lucha del gobierno contra las élites... una lucha de los medios de comunicación contra el Presidente... hasta ahora el gobierno y el Presidente van ganando la batalla... una historia de cómo la hegemonía comunicacional es necesaria para obtener la hegemonía política.

[PERÚ] O cómo el gobierno juega al ritmo del poder de los medios de comunicación... O cómo el gobierno a través del “pagar favores” y hacer justicia a su acomodo intenta ganar legitimidad pública... Una historia desconcertante de un gobierno débil, una institucionalidad endeble y unos medios poderosos.

[PARAGUAY] O cómo los medios de comunicación no encuentran su lugar en la nueva identidad democrática del país... O cómo el periodismo de combate y con humor salva la dignidad de la nación... O cómo el paisaje mediático y de la política debe incluir a los ciudadanos para ser posibles como democracia... Una historia donde hablan los sujetos de la información y se imaginan que todo puede ser mejor.

[URUGUAY] O cómo de modo democrático el gobierno ha venido legislando por un sistema más plural, diverso y ciudadano de medios... O cómo un matrimonio por conveniencia entre gobiernos y medios de comunicación fue roto por la incursión de los movimientos ciudadanos de comunicación... Una historia ilustrativa sobre cómo establecer una agenda política y legislativa que busca producir estándares de respeto a la libertad de expresión y al derecho a la comunicación de los ciudadanos.

[ARGENTINA] O cómo se pasó de una relación amorosa y cómplice a una lucha total entre gobierno y medios de comunicación... y cómo los medios de comunicación invocaron a la libertad de información para defender sus privilegios empresariales... y cómo el gobierno invocó a los ciudadanos para legislar... Una historia apasionante que cuenta cómo la aprobación de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual puso a hablar a todo un país y da mucho de qué hablar en América Latina.

[CHILE] O cómo los gobiernos de la Concertación Democrática no tocaron el poder de los medios de comunicación y hoy se encuentra en la oposición y sin medios... O cómo Chile recuperó la democracia pero no el pluralismo en los medios de comunicación... Una historia paradigmática sobre el poder de los medios en el control de la política.

[BRASIL] O cómo existe una relación respetuosa, con algo de tensión, entre los medios de comunicación y el gobierno... o cómo para los medios regionales es difícil ser independiente de la publicidad oficial... o cómo los medios se posicionan como conservadores y defienden el libre mercado... o cómo los ciudadanos son los menos satisfechos con su comunicación pública... Una historia del *tudo bem tudo bem* pero que deja ver las tensiones ciudadanas.

Y estos son los cuentos de la democracia hecha comunicación... de la obsesiva lucha por *el relato* mediático en América Latina... de las guerras periodísticas de *la independencia* de los medios frente al poder del gobierno... de los modos en

que los gobiernos quieren dominar el *mercado* de la opinión pública... la respuesta a la pregunta de ¿por qué nos odian tanto?

Nota aclaratoria. Todos los trabajos fueron escritos entre noviembre del 2009 y marzo del 2010, por lo tanto, no son responsables ni pueden dar cuenta por lo que vino después, que en América Latina, casi siempre es mucho, ya que nada permanece, todo muta.

Salvador de Bahía, mayo 29, 2010.