

La lucha por *el relato* de los medios de comunicación en América Latina

Omar Rincón

Director del programa de comunicación – Fundación Friedrich Ebert

Profesor Asociado – Universidad de los Andes, Colombia

email: omar.rincon@fescol.org.co

Artículo publicado en la revista *La Zurda* No. 14

Los medios de comunicación son la *cancha* donde se está jugando la democracia en América Latina. En esta lucha por quién cuenta *EL relato del poder*, mientras los gobiernos de Argentina, Ecuador, Venezuela, Bolivia, Nicaragua, Panamá y Uruguay han decidido asumir el control mediático; los gobiernos de México, Chile, Colombia, Perú, Paraguay, Brasil y los países centroamericanos han decidido trabajar en alianza con los medios de comunicación más poderosos. El resultado de esta lucha es una democracia invertida, en la cual mientras los presidentes se convierten en periodistas, los medios de comunicación mutan en actores políticos.

La libertad de expresión e información como garantía de la democracia fue una ganancia de la democracia del siglo XX. Tanto que el axioma de “a mayor libertad de información, mayor democracia” hizo verdad política. También se aceptó que la libertad de informar pertenecía a los medios de comunicación y por eso el Estado debía respetar el libre ejercicio del periodismo y la libertad de empresa mediática como criterios para promover una diversidad de opiniones. Pero llegó el siglo XXI y todo cambió: gobernar se convirtió en comunicar y comunicar es luchar por el relato del poder y en esta lucha todo vale.

Una de las formas de lucha por el relato del poder es la legislación. Y hay que hacer leyes nuevas porque el mundo de los medios es distinto y requiere reglas distintas. Y es que habitamos cuatro tendencias mundiales inéditas: nuevos modos de comunicarse con el internet, el celular, las redes sociales, lo digital (lo cual produce

un nuevo ecosistema de medios); una desconfianza respecto a la acción de los medios de comunicación (lo cual lleva a cuestionar su lugar de verdad y propiedad de la libertad de expresión); la aparición del derecho a la comunicación (lo cual implica un Estado activo en la promoción de la expresión ciudadana); el *personismo* como modo hacer política y gobernar más allá de los partidos y las institucionalidades (lo cual pone de presente que gobernar es comunicar).

En este contexto de baja de la credibilidad y legitimidad de los medios por su déficit de representación, baja calidad informativa y demasiada cercanía con los poderes tradicionales, y en consonancia con el estallido de los modos de opinar y expresión de los ciudadanos digitales, los gobernantes siglo XXI (populistas de izquierda y derecha) son quienes comienzan a revocar el poder de los medios para informar y conformar opinión pública.

Hay que reconocer eso sí que el debate es fuerte y ha bajado hasta al ciudadano de a pie en los países donde se ha “tocado” el poder de propiedad y legitimidad de discurso de los medios de comunicación (Argentina, Ecuador, Venezuela, Bolivia, Nicaragua, Panamá y Uruguay) y todo es tragedia mediática; en los países donde los medios de comunicación son el poder que domina la escena política (México, Chile, Colombia, Perú, Paraguay, Brasil y los países centroamericanos) el debate no ha aparecido ni está en la agenda ciudadana y todo es felicidad mediática.

Las “nuevas izquierdas” y su pelea con los miedos/medios

La lucha por el poder de los medios como relatores del poder comienza en el discurso y termina en las leyes: discurso para ganar el apoyo popular, leyes para tomar las medidas pragmáticas. En Ecuador, por ejemplo, el Presidente Rafael Correa ha tildado a los medios de “asesinos con tinta” y “prensa corrupta” mientras sigue centrando el debate de país sobre la Ley de medios que ordenó la Asamblea Constituyente y un referendo popular. Al mismo tiempo que el gobierno Correa

judicializa toda opinión contraria al presidente, él hace jugadas mediáticas como aprobar el refugio para el fundador de Wikileaks para demostrar que se respeta la libertad de información.

En Argentina la ley del sistema de medios ya se aprobó hace tres años (Ley 26.522 de 2009) y se ha venido implementando efectivamente con el aumento de señales de televisión públicas y apoyo a los medios ciudadanos, pero los dos artículos anti-monopolio que reglamentan la desinversión de medios y obligaría al grupo Clarín (prensa, radio, televisión abierta y por suscripción, internet) a vender parte de sus propiedades no se han podido aplicar porque este Grupo ha presentado una demanda de constitucionalidad y esta no se ha fallado aún. Mientras tanto la gobernabilidad argentina se juega en una lucha constante entre el gobierno de Cristina Fernández y el grupo Clarín por dominar la opinión pública y legitimar su versión del relato político. Martin Caparrós (2012), periodista argentino, expresa muy bien la situación a la que se ha llegado: “La perplejidad (aparece) cuando veo que el gobierno de la Nación Argentina ha tomado su batalla contra Clarín como la madre o abuela o chozna de todas las batallas”.

En el caso de Bolivia, el control de los medios por parte del gobierno tiene como precedente una ley de medios que está ligada a otras leyes como la Ley contra el Racismo y toda forma de Discriminación (2011), la Ley Electoral (2011) y la Ley de Telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación (2011) que repartió el espectro en tercios del espectro y permite escuchas telefónicas. Al estar en diversas leyes el control de contenidos y la judicialización de medios es posible desde diversos lugares. Esto ha llevado a una polarización que va más allá del enfrentamiento entre modelos económicos (entre los grupos económicos dueños de grandes medios y el gobierno), para incluir luchas entre clases sociales, “razas”, regiones y por supuesto ideologías. De esta manera se ha vuelto una pelea entre viejas y nuevas élites, que corresponden a las largas diferencias

regionales, de raza y de clase presentes en Bolivia (Molina, 2010). Con el mismo tono que Rafael Correa, Evo Morales ha tildado a los medios de ser “su peor opositor”.

En Uruguay poco a poco y de una manera más pragmática y debatida se han ido produciendo leyes sobre los medios comunitarios y está en debate la ley de televisión digital.

Toda esta historia comenzó en Venezuela y con el presidente Chávez, quien fue el primero que se atrevió a cuestionar e intervenir el poder y la verdad de los medios de comunicación. Desde el 2002 hay “guerra mediática” en Venezuela que se expresa en una retórica, la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004), el sistema de medios públicos (TeleSur en el 2005), el confiscar medios (RCTV en el 2007) y una Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Digitales que responsabiliza a portales, proveedores y anunciantes de medios electrónicos sobre todo su contenido, incluso el colocado por sus usuarios (2010).

En estos países el relato del gobierno se ha impuesto a través de un proceso continuo de leyes, vigilancia, control de contenidos y uso de publicidad oficial; pero, a su vez, los medios de comunicación se han olvidado de la calidad de la información y se han convertido en grupos económicos y políticos opositores a estos gobiernos. Esta batalla es una en la que “unos (los medios) atacan esgrimiendo una democratización de la información que no practican ni ebrios ni dormidos y otros (los gobiernos) se defienden invocando una libertad de prensa que siempre intentaron sofocar con sus medios y sus prácticas empresarias”, escribe el periodista Martín Caparros.

La amistad gobiernos y monopolios de la comunicación

Pero hay otro bloque en el que los medios no son atacados sino integrados al modo de gobierno (México, Chile, Colombia, Perú, Paraguay, Brasil y los países centroamericanos). El caso más emblemático era el de México como un país sin libertad de expresión según Freedom House y muchos analistas. El relato decía algo así como en México el monopolio de la información está concentrado en grupos económicos que determina la gobernabilidad como Televisa, TV Azteca y Telmex. El poder de estos grupos económicos ha llevado a que los medios y los periodistas se hayan acostumbrado a negociar con los partidos, los gobiernos y las empresas dejando de lado la construcción de un periodismo independiente, profesional y en libre competencia afirma el periodista Jacinto Rodríguez. Por tanto, la libertad de expresión en México está limitada por la concentración mediática, la violencia del crimen organizado y el narcotráfico que ha llevado a la autocensura, a la intimidación y a que muy pocos periodistas se arriesguen a cubrir estos temas.

Pero sorpresas te da la vida y la telenovela cambió con el presidente Peña Nieto y una unidad de partidos que parece que quieren hacer "historia" como enfatiza el analista Raúl Trejo Delarbre, y harán historia porque se limita el poder de concentración, se socializa el internet y las pantallas y se crea autonomía institucional en la gestión. Si todo esto es cierto, México pasará de ser el peor ejemplo a convertirse en el país a imitar. Amanecerá y veremos pero hay que creer.

Y sería un excelente ejemplo para Chile, Perú, Colombia y los países centroamericanos donde no hay debates políticos sobre la propiedad monopólica de los medios, tampoco sobre la calidad informativa, y las nuevas leyes de comunicación que se han elaborado sólo buscan legitimar y aumentar el poder de

los grupos de medios de comunicación. Aquí el problema es el exceso de amistad y la cercana relación entre los medios y los gobiernos, lo cual no deja espacio a otras voces, construyendo así un relato de país oficial que olvida la existencia de otros relatos.

Sin final feliz

El panorama de la relación entre los medios de comunicación y el poder político está en el centro del debate democrático en América Latina porque la lucha es por el relato de la hegemonía política. En esta lucha sale perdiendo la democracia y los ciudadanos porque sin diversidad de información y sin calidad periodística es imposible construir una escena deliberativa de la política. El resultado de esta lucha está en que gobiernos y presidentes se convierten en periodistas y los medios en actores políticos: una democracia invertida: una democracia *reality* en la que lo que importa no es lo que vivimos, ni las ideas, sino los relatos del poder.

REFERENCIA DE FUENTES

FREEDOM OF THE PRESS 2012 para Ecuador, Bolivia, Venezuela, Argentina y México [en línea]
<http://www.freedomhouse.org/report/freedom-press/2012/>

RINCÓN, Omar (Ed.) *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina* (183-198) Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES

RODRÍGUEZ, Jacinto (2010) Crónica de una transición fallida. En Rincón, O (Ed.) *¿Por qué nos odian tanto? Estado y medios de comunicación en América Latina* (23-36) Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES.

[CAPARROS, Martín](http://blogs.elpais.com/pamplinas/). *La madre de todas las batallitas* | 27 de noviembre de 2012 | <http://blogs.elpais.com/pamplinas/>

¿Dónde ubicarse en Políticas Públicas y Leyes de medios en América Latina?

Esta matriz marca los puntos más álgidos de discusión en la leyes de medios en América Latina y crea indicaciones democráticas progresistas al respecto. Fue elaborado por Omar Rincón (Colombia) en colaboración con Martín Becerra (Argentina) y Gustavo Gómez (Uruguay)

	Política pública	Ley de medios
0	PROPIEDAD DE MEDIOS	<u>Sí al control de la creación de monopolios en porcentaje de propiedad, territorio y pantallas.</u> El buen ejemplo se da en Argentina <u>Sí al límite a la propiedad cruzada entre sector financiero y sector de telecomunicaciones con sector de medios.</u> El buen ejemplo se da en Ecuador
1	LIBERTAD DE INFORMACIÓN	<u>No intervención</u> a nombre de valores religiosos o ideológicos (libertad de medios) <u>Sí a la promoción</u> de MÁS medios (derecho a la comunicación). El buen ejemplo se da en Uruguay
2	SISTEMA DE MEDIOS	<u>No legislar</u> para cada medio sino hacer una ley integral del sistema de medios (tv, radio, internet, digital, cable) = <u>legislar integralmente</u> los servicios convergentes. Aunque la ley de Argentina es convergente, no incluye regulación de internet, sino de servicios de TV por protocolo internet o IPTV. El buen ejemplo se da con la Directiva Europea de Medios Audiovisuales .
3	LICENCIAS	<u>Sí para el control</u> monopolios, propiedad cruzada y obtener recursos para financiar a los medios públicos y ciudadanos. El buen ejemplo se da en USA y Colombia .
4	CONTENIDOS	<u>No intervención. No al control de contenidos.</u> <u>Sí a fomento de contenidos específicos:</u> sistema de subsidios y apoyo de otro tipo de contenidos y pantalla que la lógica de lucro predominante no llega a garantizar. El buen ejemplo se da en Europa, Colombia, México, Chile
5	TARJETA PROFESIONAL DE PERIODISTA	<u>No debe existir.</u> El derecho de expresión es un derecho de todos que no se puede limitar. El MAL ejemplo se da Ecuador
6	PUBLICIDAD OFICIAL	<u>Acuerdo marco</u> sobre publicidad oficial para el fomento de la diversidad de medios privados <u>Apoyo a campañas</u> de bien público <u>Sistema de subsidios y ayudas</u> a medios pequeños, ciudadanos, comunitarios, no comerciales, públicos. No hay buenos ejemplos
7	MEDIOS PÚBLICOS	Financiación a través de <u>canon a medios privados</u> y sistemas de cable: caso de Colombia <u>Canon a las telefónicas</u> para estimular la producción de contenidos nacionales, independientes, federales, ciudadanos, públicos... <u>Inversión estatal</u> para oferta de contenidos para públicos no atendidos y promover industria creativa: caso de Argentina <u>20% de la pauta de empresas del sector oficial:</u> caso Uruguay
8	ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA	Leyes para garantizar el acceso a la información pública, lo que incluye la información sobre los titulares de licencias de medios de comunicación. El mejor ejemplo se da Modelo México y USA

9	INTERNET, REDES SOCIALES Y CELULAR	<p>Neutralidad de <i>delivery</i> Tarifa plana celular/internet <u>Derecho al internet</u>: subsidio al acceso de los sectores de menores recursos y cobertura de red independientemente de la condición socioeconómica y del lugar de residencia de la población. El buen ejemplo acerca de políticas para universalizar el acceso se da en Uruguay.</p>
10	AUTORIDAD DE MEDIOS	<p><u>Autonomía</u>: La autoridad de aplicación debe diferenciarse de la autoridad de control de la política de medios, y en ambos casos tiene que garantizarse que su integración tenga diversidad social y política, es decir, autonomía del Poder Ejecutivo y de intereses económicos. El buen ejemplo se da en USA</p>