

“ALÓ PRESIDENTE” PRENSA Y POLÍTICA EN AMÉRICA LATINA*

* La presente contribución se basa en un estudio realizado por cuenta del Programa de Medios de América Latina. La publicación del estudio está prevista para marzo de 2010. Martín Dinatale, Alejandra Gallo: *Luz, cámara... ¡gobiernen! Nuevos paradigmas de la comunicación presidencial en América Latina*. Buenos Aires, o.J.

Peter-Alberto Behrens

Licenciado en Ciencias Políticas (Universidad de Mainz). Desde 2008, director del Programa regional „Medios de Comunicación y Democracia en América Latina” de la Fundación Konrad Adenauer, con sede en Buenos Aires, Argentina. Representante de la Fundación en La Paz, Bolivia (2005-2008). Se desempeñó durante 15 años como consultor de comunicación para instituciones políticas, como por ejemplo el Bundestag, y en cargos directivos de empresas consultoras de comunicación política y empresarial.

La libertad de prensa y de opinión en América Latina atraviesa desde algún tiempo por circunstancias no muy propicias. Contribuye a este panorama en particular la situación en Cuba, Venezuela y los restantes Estados que adhieren al llamado socialismo del siglo XXI. Sin embargo, últimamente, los medios, ya debilitados por la globalización, la competencia de Internet y la crisis financiera, deben resistir, además, la actitud adoptada por otros gobiernos. En tal sentido, se insinúa un cambio fundamental en la constelación de poder entre la prensa y la política.

A lo largo de los años, en numerosos países de América Latina, *la prensa* fue una abanderada de la lucha por los derechos humanos y la defensa de la democracia. Medios como el *Buenos Aires Herald* en Argentina, Radio Ñandutí en Paraguay o también *La Prensa* en Nicaragua no se amedrentaron en su postura crítica aun en las dictaduras más crueles. En virtud de esa actitud, la investigación de la transición política asignó un rol fundamental a los periodistas latinoamericanos en la recuperación de la democracia durante la década de 1980.

Cuando en la década de 1990 los partidos tradicionales colapsaron en algunos países, entre ellos Venezuela, Ecuador y Bolivia, como consecuencia de masivas denuncias de corrupción, pareció razonable que en muchos países se esperara de los periodistas que asumieran una suerte de liderazgo moral. Pocos años después, el arrollador éxito de algunas empresas de medios ya exitosas, como Televisa en México, Rede Globo en Brasil o el grupo Clarín en Argentina, llegó a ser alarmante. Además de ocupar una posición dominante en sus respectivos mercados nacionales, estos tres medios están hoy presentes en el mercado global. Televisa factura casi 3 mil millones de euros y figura entre las 50 empresas de medios más grandes del mundo (lugar 42 en el ranking), y Rede Globo está presente hace muchos años en los mercados africanos, y también europeos, con producciones propias (Cfr. Institut für Medien und Kommunikationspolitik, 2009), para citar algunos ejemplos.

Este rumbo expansivo se vio acompañado por una fuerte diversificación empresarial que no quedó limitada a *holdings*, sino que abarca también la estructura de propietarios cada vez menos transparente en razón de múltiples interdependencias y participaciones nacionales e internacionales.

I. Medios latinoamericanos: ¿de una percepción de omnipotencia hacia la impotencia?

En forma similar a lo que ocurre en otros países, en América Latina tanto los medios como los periodistas van perdiendo progresivamente su función de formadores de opinión independientes. Una razón importante es la pérdida de la ventaja competitiva tecnológica. Las nuevas tecnologías allanan las diferencias y “vuelven la tierra más plana”, como constata Thomas Friedman en su libro, ganador del premio Pulitzer (Friedman, 2007). Los medios latinoamericanos no encuentran una respuesta a cómo sustituir el modelo de negocios basado en la publicidad, cada vez más obsoleto, por otro comparable en rentabilidad. En el caso de América Latina se trata de una situación particularmente problemática en razón de que el Estado es de lejos el principal anunciante. Por otra parte, los medios latinoamericanos parecen incurrir en el error empresarial y editorial de apostar excesivamente al sensacionalismo y descuidar a su personal.

Por cierto, este panorama diverge de medio en medio y de país en país. No obstante, llama la atención la pérdida de credibilidad y confiabilidad que han sufrido los periodistas en América Latina entre 1995 y 2005. Diversas encuestas confirman esa tendencia (Latinobarómetro, 2009). Es posible que esta pérdida de prestigio haya contribuido en los últimos años a una mayor vulnerabilidad de los periodistas. En cualquier caso, la sensación es que las críticas a medios y periodistas ya no merecen hoy la misma sanción social (“ataque a la libertad de prensa”) como unos años atrás. Casi podría decirse que el reclamo de más control sobre los medios se ha vuelto popular. Posiblemente esa haya sido la razón por la cual fue introducido tempranamente en el juego político de populistas como los presidentes Chávez y Morales. Es evidente que el reclamo de que los medios rindan cuentas ante la sociedad ya no es políticamente incorrecto, al margen de lo que efectivamente se quiera decir con eso. Así lo constató con amargura un representante del grupo Clarín durante la 65^a Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), celebrada a comienzos de noviembre de 2009 en Buenos Aires.¹ En una conferencia, el mismo ejecutivo manifestó su preocupación por la creciente aceptación que concita en América Latina la idea de que los gobiernos deben controlar los medios. Durante su intervención hizo referencia a una encuesta del año 2004 realizada por Latinobarómetro, según la cual el 37% de los encuestados respaldaba esa tesis. No obstante, en ese contexto muchas veces nada se dice acerca de la actitud de diversas compañías de medios privadas que consideran absolutamente normal una posición que bien merece ser calificada de monopolio y que descalifica cualquier duda al respecto como acto de censura, una postura que posiblemente ha alentado este tipo de política.

En efecto, se multiplican las palabras y las actitudes de políticos de todo signo que adhieren a esta posición. El Premio Nobel de la Paz y presidente de Costa Rica, Oscar Arias Sánchez, sostuvo recientemente que los medios persiguen básicamente intereses económicos. Incluso el presidente de Brasil, Lula da Silva, parece cuanto menos coquetear con esta postura.

Recientemente, la edición *online* de O Globo publicó un informe según el cual la dirección de su partido estaría trabajando en una resolución que “establece el control social” de los medios por ley. En particular, señala el artículo, se considerará que el actual sistema de concesión de licencias es obsoleto y favorecería a “grupos comerciales en detrimento de los intereses de la población”. Otro caso interesante es el nuevo presidente de El Salvador, recientemente electo y que en su momento trabajara como periodista. Su ministro de Educación, Sánchez Serén, elevó al Parlamento de su país un proyecto de reforma que de ser aprobado implicaría una “fuerte y seria” (*La Nación*, 28-8-09; *Globo online*, 19-11-09; *El Mundo*, 26-11-09) regulación de los medios. Independientemente de cuán preocupantes estas declaraciones y actitudes realmente sean, no puede negarse la coincidencia implícita en todas estas manifestaciones de la política. En tal sentido, genera particular preocupación el llamativo número de periodistas asesinados. Instituciones tan diversas como Reporteros sin Fronteras o

¹ SIP - Sociedad Interamericana de Prensa agrupa a las principales empresas de medios de América del Norte y del Sur. <http://www.sipiapa.org>.

la SIP coinciden en que por primera vez en años ha vuelto a aumentar el número de periodistas asesinados en América Latina.²

Entre tanto, diversos actores políticos han aprendido la lección. Hoy, organizaciones no gubernamentales y así llamados movimientos sociales, pero también gobiernos, agrupaciones políticas y plataformas electorales, hacen un uso creciente y más profesional de las nuevas posibilidades de comunicación. La función del vocero de prensa ha dejado de ser la excepción en los organismos del Estado y ministerios de muchos países latinoamericanos. Por otra parte, esta función está a cargo de personal debidamente formado, un detalle importante en países en los que los cargos de funcionarios son básicamente un reservorio de clientelismo. También se ha vuelto mucho más natural y frecuente recurrir a asesores externos en comunicación que 15 o 20 años atrás. Paradójicamente, se trata de una evolución que (también) impulsaron periodistas. Con justa razón criticaron mucho tiempo la falta de transparencia y el hermetismo de los gobiernos así como de partidos y agrupaciones políticas. Algunos gobiernos comprendieron que el acceso a los presupuestos y a la infraestructura pública les concede muchas más posibilidades de influir en la opinión pública, sobre todo teniendo en cuenta los problemas existenciales por los que atraviesan algunos medios. No obstante, la profesionalización de la comunicación oficial se limita fundamentalmente a los niveles técnicos. Sólo en unos pocos casos también se aprecian primeros esfuerzos por lograr una planificación estratégica y conceptual de la comunicación.

II. El modelo Chávez

Uno de los primeros en poner en práctica esta nueva visión, con todos los beneficios que conlleva, fue el presidente Hugo Chávez. Con su estilo directo y la forma desenfadada de aparecer en público supo acercar a la población un Estado que, en general, aparece como muy lejano, algo que muchos venezolanos habían echado de menos en los partidos y políticos tradicionales. Un caso paradigmático es, sin duda, el programa “Aló Presidente”, transmitido por el sistema nacional de medios públicos de Venezuela y conocido más allá de las fronteras nacionales.

La transmisión en directo de sesiones del Gabinete, la toma de decisiones muy sensibles ante las cámaras prendidas como fue el caso de la movilización de las fuerzas armadas en la frontera entre Venezuela y Colombia en marzo de 2008, tienen por finalidad sugerir transparencia, valentía y espíritu abierto. Según esta interpretación, los medios deben cumplir una función determinada, que debe orientarse básicamente por los objetivos de un proyecto político, a saber: el socialismo del siglo XXI. Una persona que en su momento resumió esta realidad en forma bastante directa fue el entonces director del canal de televisión TELESUR y ex ministro de Comunicación del gobierno de Chávez, Andrés Izarra. En una entrevista publicada en enero de 2009, Izarra señaló que se trataba de alcanzar la “hegemonía comunicacional” (*El Universal*, 8-1-09), una postura básica que los presidentes de Venezuela, Ecuador o Bolivia han venido ratificando en reiteradas ocasiones. En 2001, Hugo Chávez calificó a los medios (independientes) de “enemigos de la revolución” (*El Universal*, 4-1-01), Rafael Correa aludió en más de una oportunidad al “poder corrupto” (*El Tiempo*, 19-2-09; *El Mercurio*, 20-2-09)³ de la prensa y Evo Morales tildó en reiteradas ocasiones a periodistas públicamente de “enemigos” (*La Razón*, 26-8-08). Consecuentemente, se procede contra los

² Cfr: [http://www.reporter-ohne-grenzen.de/index.php?id=65&tx_ttnews\[tt_news\]=899&tx_ttnews\[backPid\]=59#899](http://www.reporter-ohne-grenzen.de/index.php?id=65&tx_ttnews[tt_news]=899&tx_ttnews[backPid]=59#899) [20.12.2009].

³ Cfr. “Se equivocan: estamos contra la prensa mediocre y corrupta, que se ubica por encima del bien y del mal y ahora resulta que sí puede existir prensa mala y malos periodistas, pero todos están en los medios públicos”, en *El Tiempo*, 19/02/09, Quito, Ecuador, y *El Mercurio*, 20/02/09, Cuenca, Ecuador.

medios y los periodistas. Llama la atención que en todos los países aliados con Venezuela se procede en forma muy parecida.

En ese sentido, lo alarmante de este modelo no es tanto el catálogo de medidas con las que se pretende lograr la sumisión de medios y periodistas. Estas mismas medidas se aplicaron con anterioridad en otros países de la región. Lo inédito es la forma sistemática, el alcance y la precisión propia de un libreto con la cual se desarrolla esta política. Comienza con difamaciones públicas y denuncias no comprobadas contra medios independientes y críticos. Luego sigue la implementación de una política de Estado que busca fortalecer los medios oficiales o afines al poder y debilitar a medios independientes. La nueva realidad es convalidada luego por nuevos marcos legales. A lo largo de todo el proceso se van subiendo el tono, la intensidad y la dureza de los ataques. Al final del proceso se aprecia en Venezuela, pero también en Bolivia, en Ecuador y Nicaragua, un panorama en el que los medios se encuentran debilitados en cuanto a su independencia, un entorno jurídico difícil y provisto con muchos peligros para el ejercicio de la profesión periodística, una sensible afectación de la posición social del periodista y de la profesión misma, y una presión para ejercer autocensura, difíciles de resistir.

Hay dos características que son como un hilo conductor en este modelo. Por un lado, todo el proceso comunicativo se rediseña en función del líder político. Por el otro, desde el máximo poder se fija la agenda de noticias, en cuya implementación se puede distinguir entre medidas que a) el gobierno anuncia e implementa con profusa difusión de la noticia y aquellas otras que b) no se dan a conocer, con lo que se apunta a desmoralizar a los periodistas y a obstaculizar su labor.

En la primera de las categorías figuran las siguientes medidas:

- En primer lugar, una política de Estado tendiente a fortalecer los medios oficiales o afines al gobierno y a debilitar una información independiente. En el caso de Venezuela, esto significa que desde que asumiera el poder el presidente Hugo Chávez, once años atrás, fueron estatizados o bien creados bajo la tutela del Estado 238 estaciones de radio, 28 canales de televisión, 340 diarios, semanarios y revistas y 125 sitios web. En total, el Estado posee ahora más de 731 canales de comunicación diferentes, sin contar las transmisiones en cadena ordenadas por el Gobierno a la hora de difundir importantes declaraciones gubernamentales.⁴

En Bolivia, a la vez, se optó por reconvertir la emisora estatal Illimani, hasta 2005 prácticamente desconocida, con masiva ayuda financiera de Venezuela, en lo que hoy es “Radio Patria Nueva”. También se rumorea con insistencia que el diario *La Razón* fue comprado recientemente por un intermediario cercano al gobierno de Chávez. Otro tanto se afirma respecto de la televisora ATB.

- En segundo lugar, creación de nuevas bases legales. Esta política de Estado se ve acompañada por un nuevo marco legal en forma de ley de medios o directamente en la elaboración de una nueva Constitución, como en el caso de Bolivia. En el Parlamento ecuatoriano se debate estos días una ley de medios. En este contexto, el presidente Rafael Correa se quejó públicamente de haber sido citado en forma errónea: “Esa clase de comportamiento nos demuestra que la ley es necesaria”.⁵

- En tercer lugar, los medios independientes son presionados masivamente cuando su información es crítica al gobierno. En Venezuela, la revocación de la licencia de RCTV (Radio Caracas Televisión) fue apenas la punta del iceberg. El ejemplo del caso más actual de Globovisión revela la creatividad poco habitual de los aparatos oficiales en Caracas. En general, los instrumentos van desde la aplicación de multas por supuestas pero no

⁴ Cfr. Informe del periodista Davida Natera, del Bloque de Prensa Venezolano, con motivo del 65º Congreso de la SIP en Buenos Aires.

⁵ Rafael Correa: “Informaron que yo he dicho que la ley va porque va y todos tienen que obedecer. Esa clase de comportamiento nos demuestra que la ley es necesaria”, *El Comercio*, 02/12/2009, Quito, Ecuador.

demostradas violaciones a la ley o el retiro de la publicidad oficial y la contratación forzada de redactores cercanos al gobierno hasta ataques violentos a las oficinas de redacción.

Aun cuando la situación en Nicaragua no ha alcanzado la misma virulencia que en Venezuela o Bolivia, la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR) y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) advirtieron recientemente que el presidente Daniel Ortega tendería a adoptar el “modelo bolivariano” (sic) del tratamiento de medios (*La Prensa*, 4-8-09).

- En cuarto lugar, se aprovecha la pérdida de credibilidad de los periodistas para sacar rédito político. Se asimila a los periodistas de medios independientes con sus empleadores y se los identifica con sus (supuestos) intereses económicos, negándoseles toda independencia profesional. En algunos casos se acusa al medio correspondiente de ser vocero de una oligarquía mediática indefinida. De este modo se identifica a los periodistas claramente como enemigos políticos y se los denuncia públicamente (Cfr. Oerlein en *FAZ*, 19-12-09 y 1-8-09). Menos atención recibe la segunda categoría de medidas, que bien pueden ser definidas como chicanas y ataques. Son mucho más sutiles y apuntan a dificultar o suprimir el trabajo diario de periodistas independientes. Las conferencias de prensa se celebran –si es que se convoca a una– solamente con periodistas que tienen el aval político. Por lo demás, el gobierno se dirige directamente a los destinatarios de su mensaje. Periodistas críticos pueden ser el blanco al momento de ataques y difamaciones puntuales y personales. Tampoco están a salvo de actos de violencia. Un ataque de este tipo sufrió incluso el periodista más conocido y popular de Nicaragua, Carlos F. Chamorro, que en el transcurso de un allanamiento ilegal de su casa fue atacado físicamente. Más tarde, la Fiscalía no pudo o no quiso probar la denuncia de lavado de dinero⁶ formulada en su contra. A menudo se recurre también a allanamientos, que deben realizarse siempre poco antes de la hora de cierre de redacción y que en general están a cargo de la autoridad impositiva o del ministerio de Trabajo. Tampoco deben subestimarse las agresiones físicas que representantes de movimientos sociales afines al gobierno cometen contra periodistas que han sido públicamente calificados de hostiles al gobierno. El gobierno a menudo interpreta estos ataques como expresión de una justificada ira popular.

El modelo chavista de comunicación oficial parece estar inspirando a otros gobiernos latinoamericanos en su relación con los medios. Tanto el presidente socialdemócrata de Perú Alan García, como el jefe de Estado colombiano Álvaro Uribe Vélez, considerado un político conservador, arremeten públicamente contra medios o periodistas, a quienes identifican con nombre y apellido y aceptando así posibles consecuencias negativas para los destinatarios de las incriminaciones. Ya mencionamos el bajo umbral de inhibición de muchos dirigentes políticos de la región a la hora de criticar o presionar a los medios. Preocupa sobre todo la creciente tendencia de usar el poder del Estado como principal anunciante en función de criterios políticos. Esta práctica no es nueva en la región, pero en el último tiempo parecen destinarse muchos más fondos y en forma mucho más puntual. En agosto de 2008, la organización no gubernamental argentina ADC presentó un informe contundente al respecto. Entre otras cosas, el documento señala que se constata un aumento explosivo de recursos oficiales con fines publicitarios. Tan solo para la Argentina, esto significa que los presupuestos correspondientes aumentaron entre 2003 y 2008 cerca del 300%. Sin embargo, ADC habla de una tendencia comprobable en toda la región.

Un ejemplo de esta práctica es un escándalo recientemente descubierto en Paraguay por el diario *ABC Color*. Allí, el Gobierno emitió a través de 51 radios comunitarias una campaña publicitaria oficial. Sin embargo, de estas 51 emisoras apenas 3 contaban con permisos oficiales de emisión y, por lo tanto, estaban debidamente habilitadas para emitir publicidad. Es evidente que las 51 emisoras necesitaban esos ingresos publicitarios para subsistir (*ABC*

⁶ Entrevista del autor con Carlos Fernando Chamorro el 14 de octubre de 2009 en Managua, Nicaragua.

Color, 10-11-09). No se trata de un caso aislado en las condiciones latinoamericanas y probablemente sea sólo la punta del iceberg. Situaciones similares de dependencia se observan en todas partes en América Latina, en particular en regiones rurales. Hubo ya muchas iniciativas para regular el manejo de la pauta publicitaria oficial, o al menos hacerlo más transparente. Estas iniciativas no sólo no prosperaron por la negativa de los gobiernos, sino por la intervención de las principales compañías de medios, que en muchos casos figuran entre los grandes beneficiarios de estas prácticas.

En relación con el trabajo diario del periodista, se observa que los gobiernos celebran cada vez menos conferencias de prensa, que parecen cada vez menos populares. En cambio, se prefieren las puestas en escena, aprovechándose la inauguración de hospitales, calles, puertos u otros grandes proyectos de infraestructura para hacer declaraciones de gobierno más o menos “espontáneas”. Un maestro de este juego es, sin duda, el colombiano Álvaro Uribe, que por lo demás, en este aspecto, se parece mucho a su vecino venezolano. La desventaja para los periodistas es evidente: la agenda se decide *ad hoc*, no se permiten repreguntas y a menudo se distribuye a las apuradas entre los periodistas presentes una nota de prensa, tan espontánea como la declaración de gobierno. De este modo, los periodistas terminan siendo degradados a relatores de la corte. Más preocupantes aún son trabas o intimidaciones como se practican en Venezuela o en Bolivia, pero también se cree que en Colombia o Perú se intervienen ilegalmente los teléfonos de periodistas. Amenazas de violencia física o incluso de muerte están a la orden del día, y eso tanto en la Argentina, El Salvador o México como en Paraguay.

En Perú aconteció un caso particularmente grave. La estación de radio “La Voz de Bagua” fue clausurada, para lo cual se aludió una falta de “homologación de equipos” que hizo necesario el cierre de la emisora. Sin embargo, la verdadera razón de esta medida debe buscarse en el informe emitido por la emisora sobre las violentas protestas en junio de 2009 que se desataron con motivo de los cuestionados proyectos de exploración de gas y petróleo en la región amazónica del Perú y que terminaron con la muerte de 30 personas (*La República*, 5-6-09). Toda una serie de jefes de Estado latinoamericanos buscan hoy el acceso directo a la población. El primero que se inspiró para su programa “Consejos Comunales de Gobierno” en la política de Chávez fue el presidente de Colombia, Álvaro Uribe. El presidente Da Silva apuesta con su blog básicamente a medios modernos. Incluso un presidente como Álvaro Colom (Guatemala), que no es considerado un orador especialmente carismático, instaló en la radio estatal, con “Despacho presidencial”, un formato de programa propio inspirado en “Aló Presidente”.

Argentina es el país que presenta la mayor similitud con el modelo de Chávez fuera de los Estados que adhieren al socialismo del siglo XXI. La ley de medios, aprobada recientemente en el Congreso a marcha forzada, implica una sustancial ampliación de las áreas estatales y semiestatales en el sistema de radiodifusión, en tanto que se limita claramente el margen de acción de proveedores privados. Entre los instrumentos habituales de intimidación y presión figuran también otras medidas aplicadas frecuentemente por los presidentes Chávez, Morales o Correa. Una medida habitual es la negativa a celebrar conferencias de prensa o, también, utilizar la publicidad oficial como medio de presión. Durante el Congreso de la SIP, celebrado en Buenos Aires, el gremio de los camioneros (cercano al Gobierno) bloqueó con sus camiones las salidas de Papel Prensa. Esta empresa, que pertenece en un tercio al grupo Clarín, al grupo La Nación y al Estado argentino, respectivamente, garantiza la elaboración y provisión de papel y su utilización como papel de diario a nivel nacional. La Nación, pero sobre todo Clarín, son considerados medios opositores. En particular la relación del gobierno con Clarín puede calificarse, sin duda, de hostil. No son pocos los periodistas, incluso de otros medios, que sostienen que la ley de medios, recientemente sancionada, sólo busca debilitar

sustancialmente el poder empresarial de Clarín.⁷ Con ese fin, el gobierno de Fernández de Kirchner parece justificar todos los medios. En forma similar a Chávez, recurre a la retórica ideológica. Un ejemplo es el Primer Encuentro Internacional de Medios y Democracia, organizado juntamente con Venezuela el 5 de noviembre de 2009, que tuvo lugar en Caracas en la misma fecha en la que se desarrolló en Buenos Aires el encuentro de la SIP y que se dio en llamar encuentro “anti-SIP” con la intención evidente de evocar los encuentros antiglobalización. En el transcurso de la batalla política por la ley de medios, la señora Fernández de Kirchner tampoco vaciló en calificar de “mito” la independencia periodística.⁸ No puede desconocerse que gobiernos tan disímiles como los de Colombia, México, Perú o Argentina se sirven de algunas prácticas del modelo chavista. Un aspecto de este modelo es la tendencia a colocar al respectivo presidente en el centro de la escena o el permanente intento de querer imponer a los medios la propia agenda. No obstante, a pesar de todas las similitudes, el modelo oportunista de la comunicación de gobierno en Colombia, Brasil o Perú carece del alcance total del modelo chavista. Tranquiliza, si es que puede usarse el término en este contexto, el hecho de que al menos públicamente muy pocos gobiernos de la región adhieren al modelo de comunicación de Chávez. Los presidentes Da Silva, Uribe o García subrayaron reiteradas veces su defensa incondicional de la libertad de prensa. Liderados por la presidente chilena Bachelet y su colega uruguayo Tabaré Vázquez, algunos de ellos le infligieron una clara derrota al presidente Chávez durante la cumbre UNASUR en agosto de este año. Con su categórica intervención, impidieron que se aceptara la propuesta de Chávez de incluir en el documento final una referencia a la necesaria “responsabilidad ética” de los medios (*El Tiempo*, 10-8-09).

III. ¿Quién gana y quién pierde?

En América Latina parece haberse difundido entre empresarios del sector de medios, periodistas y políticos una fuerte desconfianza recíproca, que en algunos casos llega a la hostilidad. Sin embargo, esta situación recién se vuelve particularmente peligrosa para todas las partes cuando una de ellas enfrenta serias dificultades de subsistencia. En una democracia, la política y la prensa viven en una simbiosis, conflictiva pero necesaria. Se condicionan mutuamente. Cumplen diferentes funciones, en parte antagónicas, pero dependen existencialmente unos de otros. ¿Qué pasa cuando una de estas partes se ve debilitada al punto de que corre peligro su existencia, cuando las innovaciones tecnológicas amenazan la función de perro guardián de los medios y ponen en peligro su existencia? ¿Quién va a ocupar su función como perro guardián o guardián de la democracia? ¿Acaso los bloggers o el ciudadano como periodista? ¿Se podrá vivir en adelante de hacer buen periodismo de investigación fuera de las grandes corporaciones mediáticas? Y, sobre todo, ¿cómo repercute todo esto sobre la democracia? ¿Puede existir adecuadamente una democracia sin medios críticos?

Son interrogantes que no sólo inquietan a políticos, periodistas y trabajadores de medios en América Latina. No obstante, en esta región los periodistas y el periodismo figuran desde ya entre los mayores perdedores de estas nuevas tendencias. Cada vez más periodistas se quejan de quedar atrapados en el fuego cruzado de los intereses del poder político y de sus respectivos empleadores. Los periodistas no logran establecer una adecuada representación de sus intereses a través de instituciones eficaces y sólidas. No es poco frecuente que en un

⁷ Postura de la federación de periodistas FOPEA de la Ley de Medios http://www.fopea.org/Inicio/La_posicion_del_Foro_de_Periodismo_Argentino_frente_al_proyecto_de_Ley_de_Servicios_de_Comunicacion_Audiovisual [03 de diciembre de 2009].

⁸ C. Fernández de Kirchner: “...lo de la prensa independiente es un mito.”. *La Nación*, 22/10/2009, Buenos Aires, Argentina.

mismo país diferentes organizaciones de periodistas se combatan a ultranza. Esta constelación hace que un trabajo profesional sea poco menos que imposible.

Pero también las compañías de medios corren el peligro de quedar atrapadas en la persecución de sus intereses económicos. Su manejo empresario ha contribuido mucho a comprometer seriamente su propia credibilidad y la de sus empleados. También es alarmante el rol que han venido jugando hasta ahora en los debates en torno a las leyes relativas a los medios en América Latina. No cabe duda de que en la mayoría de los países de América Latina las innovaciones tecnológicas demandan con urgencia una moderna arquitectura reguladora. Leyes de prensa de la década de 1920 como la que existe en Bolivia no conciben con la realidad de los nuevos desafíos de la televisión digital o de Internet. En muchos países, el marco jurídico ofrece un panorama similarmente desolado. Pero en lugar de comprender semejante situación como una oportunidad y participar en el diseño de las nuevas leyes, las grandes compañías de medios como Televisa en México torpedearon muy específicamente las iniciativas correspondientes.⁹ Tampoco se puede negar por completo la denuncia formulada, entre otros por Guillermo Mastrini, experto argentino en derecho y política de la comunicación, que en vista de la cuestionada ley de medios recordó que en los últimos 25 años, más de una iniciativa parlamentaria fue combatida enconada y exitosamente por el grupo Clarín. Sin duda, el Estado va a sobrevivir a Internet y a la televisión digital. En cambio, es dudoso si lo harán todos los medios que actualmente existen en América Latina. Resta, finalmente, el grupo de los políticos: profesionalizar la capacidad comunicacional de un gobierno o de organismos estatales no es algo ilegítimo o peligroso en sí. Por el contrario, una comunicación oficial verdaderamente profesional es en interés propio de periodistas igualmente profesionales y, en última instancia, termina fortaleciendo la democracia. La situación se vuelve preocupante cuando ese profesionalismo se limita a criterios de eficiencia técnica sin incluir el rol básico que cumplen los medios y los periodistas en una sociedad libre. Así lo sugirió la forma de pensar de Gerhard Schröder, quien se ganó en Alemania fama de canciller mediático. Su afirmación superficial de que para gobernar no le hacía falta más que “Bild, BamS und Glotze”, en alusión a la prensa amarilla y a la televisión, revela una alarmante falta de comprensión de la función que cumplen los medios y los periodistas en una sociedad democrática. Parece ser que esta interpretación es la que cunde ahora del otro lado del Atlántico Sur. La idea central de esta noción es soslayar la función moderadora, crítica y reguladora de los medios. En los casos más extremos, significa sustituir, usando los nuevos medios tecnológicos, los contenidos elaborados y transmitidos por periodistas, por una oferta estatal. Lo que muchas veces se olvida es que la transmisión de los mensajes políticos *a través* de los medios es lo que hace a la credibilidad del mensaje. En eso radica el error de concepto en el modelo de Chávez. A pesar de que la inmensa mayoría de los medios de comunicación de Venezuela responden al Presidente, éste debe resignarse a que Globovisión, única emisora privada que todavía se considera independiente, cuente con la mayor audiencia del país. La constelación de peligros estructurales que enfrentan medios y periodistas en América Latina va cambiando, aun cuando los viejos peligros subsisten y prevalecen en la percepción pública. El crimen organizado, la corrupción política, las presiones del Estado, no sólo siguen siendo responsables de la inmensa mayoría de las violaciones a la libertad de prensa. También ocasionan la mayoría de las víctimas fatales entre los periodistas. Sin embargo, para el futuro de la profesión de periodistas y de las empresas de medios tal cual la conocemos hoy, el mayor peligro no proviene de los carteles de la droga, pandillas juveniles como las maras, militares o políticos corruptos, ni de gobernantes autoritarios como Chávez o Correa. Proviene tanto de políticos como de periodistas que creen que gracias a las nuevas posibilidades tecnológicas pueden vivir sin los respectivos otros.

⁹ Un ejemplo es la llamada “Ley Televisa” en México. Un panorama general ofrece Konrad Adenauer Stiftung, Rudolf Huber, Ernesto Villanueva, *Reforma de medios electrónicos ; avances o retrocesos*, México, 2007.

Referencias bibliográficas

ABC Color, 10-11-2009, Asunción, Paraguay.

Asociación de Derechos Civiles, Open Society Justice Initiative (2008). *El precio del silencio. Abuso de la publicidad oficial y otras formas de censura indirecta en América Latina*, Buenos Aires, 2008.

Bisbal, Marcelino (2009). *La comunicación masiva como política del gobierno de Hugo Chávez Frías*, Caracas.

Chamorro, Carlos F. (2008). *La función crítica de los periodistas ante el poder en América Latina*, Vortrag anlässlich des Festival de Ideas Viva América, Casa América, Madrid, am 8, Oktober 2008.

Downie Jr., Leonard - Shudson, Michael (2009). *The Reconstruction of American Journalism* (<http://www.mediadb.eu/fileadmin/downloads/reports/cjr-downie-schudson-20-10-2009.pdf>). *El Comercio*, 02/12/2009, Quito, Ecuador.

El Mercurio, 20/02/09, Cuenca, Ecuador.

El Mundo, “Educación pide regular medios de comunicación”, 26/11/2009, San Salvador, El Salvador.

El Tiempo, 19/02/09, Quito, Ecuador.

El Tiempo, 10/08/2009. Bogotá, Colombia.

El Universal, 04/01/2001, Caracas, Venezuela.

El Universal, 08/01/2009, Caracas, Venezuela.

Entrevista del autor con Carlos Fernando Chamorro el 14 de octubre de 2009 en Managua, Nicaragua.

Friedman, Thomas L. (2007). *Die Welt ist flach. Eine kurze Geschichte des 21. Jahrhunderts*, Frankfurt a.M., Suhrkamp.

Globo online (2009). “PT defende controle público e sanções à imprensa.” Rio de Janeiro, Brasil 19/11/2009, <http://oglobo.globo.com/pais/noblat/posts/2009/11/19/pt-defende-controle-publico-sancoes-imprensa-242570.asp> [03 de diciembre de 2009]

[http://www.reporter-ohne-grenzen.de/index.php?id=65&tx_ttnews\[tt_news\]=899&tx_ttnews\[backPid\]=59#899](http://www.reporter-ohne-grenzen.de/index.php?id=65&tx_ttnews[tt_news]=899&tx_ttnews[backPid]=59#899) [20.12.2009].

Huber, Rudolf - Villanueva, Ernesto (2007). *Reforma de medios electrónicos ¿avances o retrocesos*, Konrad Adenauer Stiftung, México.

Huntington, Samuel (1993). *The Third Wave: Democratization in the Late Twentieth Century*, London.

Institut für Medien und Kommunikationspolitik (2009). *Ranking – die ersten 50 größten Medienkonzerne 2008*, <http://www.mediadb.eu/rankings> [3 de diciembre de 2009].

La Nación, 28/08/2009, San José, Costa Rica.

La Nación (2009). C. Fernández de Kirchner: „...lo de la prensa independiente es un mito”, 22/10/2009, Buenos Aires, Argentina.

La Prensa, 04/08/2009, Managua, Nicaragua

La Razón, 26/08/2008, La Paz, Bolivia.

La República, 05/06/2009, Lima, Perú.

Latinobarómetro (2009). encuestas de los años 1995-2008, ver en www.latinobarometro.org [03/12/ 2009]. Se trata, sin embargo, también de un fenómeno global, cf. PEW Research Center for the people & the press <http://people-press.org/report/543/> [03/12/ 2009].

Mols, Manfred (1985). *Demokratie in Lateinamerika*, Stuttgart, Kohlhammer.

Natera, David (2009). Informe del periodista Davida Natera, del Bloque de Prensa Venezolano, con motivo del 65º Congreso de la SIP en Buenos Aires.

O'Donell, María (2007). *Propaganda K, una maquinaria de promoción con el dinero del Estado*, Buenos Aires, Editorial Planeta.

Oehrlein, Josef (2009). „Hass und Feindschaft säen“, en *F.A.Z.*, 01-08-2009.

----- (2009). „Neue Zwangsjacken für die Journalisten“, en *F.A.Z.*, 19-10-2009.

Priess, Frank (2002). Relación entre Política y Medios. Propuestas alemanas para una perspectiva comparada, Fundación Konrad Adenauer, Buenos Aires, Editorial Temas.

Sarcinelli, Ulrich (2005). *Politische Kommunikation in Deutschland. Zur Politikvermittlung im demokratischen System*, Wiesbaden, VS.

Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). <http://www.sipiapa.org>.

Stüwe, Klaus - Rinke, Stefan (Hrsg.) (2008). *Die politischen Systeme in Nord- und Lateinamerika, Eine Einführung*, Wiesbaden, VS.

Informe anual de las siguientes instituciones (2000-2009):

Article XIX, www.article19.org

Committee to Protect Journalists (CPJ), www.cpj.org

Interamerikanische Kommission für Menschenrechte, Sonderberichterstatter für die Freiheit der Meinungsäußerung, www.cidh.org/relatoria/ IPYS, www.ipys.org

Freedom House, www.freedomhouse.org

Reporteros sin Fronteras, www.rsf.org

Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), www.sipiapa.org

RESUMEN

La libertad de prensa y de opinión en América Latina atraviesa desde algún tiempo por circunstancias no muy propicias. Contribuye a este panorama en particular la situación en Cuba, Venezuela y los restantes Estados que adhieren al llamado socialismo del siglo XXI. Más recientemente, los medios, ya debilitados por la globalización, la competencia de Internet y la crisis financiera, deben resistir, además, la actitud adoptada por otros gobiernos. La constelación de peligros estructurales que enfrentan medios y periodistas en América Latina va cambiando, aun cuando los viejos peligros subsisten y prevalecen en la percepción pública. Para el futuro de la profesión de periodistas y de las empresas de medios tal cual la conocemos hoy, el mayor peligro no proviene de los carteles de la droga, pandillas juveniles, militares o políticos corruptos, ni de gobernantes autoritarios como Chávez o Correa. Proviene tanto de políticos como de periodistas que creen que gracias a las nuevas posibilidades tecnológicas pueden vivir sin los respectivos otros.

Diálogo Político. Publicación trimestral de la Konrad-Adenauer-Stiftung A. C.

Año XXVII - N° 1 - Marzo, 2010