El debate sobre el poder de los medios en América latina: un recorrido por las investigaciones predominantes en la región desde comienzos de la década del '90 hasta la actualidad

1. Autores: Duperré, Jorge Luis; Boso, Jorge Fabio; Zirulnik, Fabiana Rita; Solar, Walter

2. Correos electrónicos: jorge_cmj@hotmail.com; fboso@unsl.edu.ar; fzirulnik@gmail.com; wsolar@unsl.edu.ar

3. Institución: Universidad Nacional de San Luis

4. D.N.I.: Duperré: 31.542.606; Boso: 17.911.072; Zirulnik: 17.665.463; Solar: 20.134.286

5. Eje temático: Economía Política de la Comunicación

6. Resumen:

Proponemos un abordaje de los medios masivos a partir de ciertos enfoques teóricos provenientes de la Teoría Crítica en general y de la Economía Política de la Comunicación en particular, a fin de comprender con mayor claridad la lógica que guía el funcionamiento de aquellos, incorporando el análisis del contexto económico en el que están insertos los medios y que, de alguna manera, determina la constitución de estos últimos.

En relación con esta problemática y con la intención de argumentar porqué razón le atribuimos tanta importancia a la institución comunicacional -como uno de los actores más importantes en la reconfiguración sociocultural, económica y política de las últimas décadas- recurrimos a dos fenómenos que caracterizan a la coyuntura actual y que sirven de ejemplos para graficar la real dimensión que los medios masivos tienen en nuestra sociedad. Dichos fenómenos son: a) la transición de una cultura denominada masiva a

una cultura mediática (Mata, 1999); y b) los desplazamientos en las relaciones entre las esferas de lo público y lo político que dicha transición implica (Caletti, 1999).

El abordaje de la problemática precedente nos invita, a su vez, a retomar el debate suscitado en América Latina a comienzos de los ’90, en torno a la compleja relación existente entre los medios y sus receptores/consumidores. Consideramos que el análisis de los alcances e implicancias del mencionado debate puede arrojar un halo de luz sobre los conflictos que impregnan la coyuntura sociopolítica y económica actual de la región, respecto de los medios masivos de comunicación.

7. Ponencia:

El debate sobre el poder de los medios en América latina: un recorrido por las investigaciones predominantes en la región desde comienzos de la década del ‘90 hasta la actualidad

> “las ciencias sociales son también, y sobre todo, ‘verdades’ históricamente producidas. Aceptar esta premisa significa entonces otorgarle a los fenómenos contemporáneos […] la cualidad de referentes para la orientación de la actividad científica”.
>
> **(Rossana Reguillo, 1999, p.115)**

Introducción

Venezuela, 11 de abril de 2002. Las calles de Caracas (como las de otras ciudades del país) son escenario de las confrontaciones entre sectores afines al gobierno del por entonces presidente de la República, Hugo Rafael Chávez Frías y sectores de la

oposición. La escalada de violencia aumenta con el correr de las horas hasta que se produce el trágico desenlace que tuvo lugar en el tristemente célebre "Puente de Llaguno". El resto de la trama es conocido: Chávez es depuesto por un golpe de Estado –perpetrado principalmente por la Fedecámaras (poderosa organización que nuclea a los gremios empresariales de Venezuela) y pocos días después retoma el mando gracias al apoyo popular.

Una lectura superficial de los hechos mencionados haría pensar que se refieren a un simple enfrentamiento armado entre civiles que se cobra la vida de 19 personas, en el marco de un fallido golpe de Estado, uno más entre los tantos acaecidos en Latinoamérica. Sin embargo, creemos que durante aquellas convulsionadas jornadas afloró con inusitada claridad un aspecto que influirá decisivamente en la investigación sobre comunicación en la región: el cuestionado rol que desempeñaron la mayoría de los medios masivos de propiedad privada venezolanos (e internacionales) en aquella revuelta. Debemos reconocer, al respecto, que no era la primera vez que un sector empresarial con participación accionaria en medios de información tomaba una determinada postura frente a un proceso político que atentaba contra las instituciones republicanas. Podríamos citar numerosos ejemplos semejantes. No obstante, consideramos que el intento golpista venezolano ocurrió en un marco geopolítico internacional beligerante e incierto, aspecto éste que radicalizará aun más el accionar opositor en Venezuela, incluido el de los medios concentrados. Solo habían transcurrido unos pocos meses desde el atentado contra las *Torres Gemelas*, en el corazón de Nueva York. La política norteamericana a partir de entonces se centraría en la lucha contra el "terrorismo mundial", y las "guerras preventivas" se exportarían a todos los confines del globo. El intervencionismo y la violación de los derechos humanos fundamentales estarían a la orden del día. En ese contexto, Hugo Chávez –vale recordar, al frente de uno de los países con mayores reservas hidrocarburíferas del mundo– representaba una amenaza para los intereses norteamericanos en su propio "patio". No es casual que EE.UU., junto

con España, se apresurara a reconocer el gobierno de facto del empresario Pedro Carmona Estanga, apenas éste se había instalado en el *Palacio de Miraflores*.

El acontecimiento puntual conocido como los "Sucesos de Llaguno" –que no escapa a una cierta arbitrariedad metodológica, en lo que respecta a su elección– nos es útil como eje de análisis a partir del cual se produce, a nuestro juicio, una de las rupturas más notorias con las tendencias investigativas predominantes en América Latina durante gran parte de la década del '90. Y a partir de este suceso elaboramos un recorrido teórico, con el objetivo de analizar retrospectivamente tanto los modos de indagación de aquel período, como el contexto político-económico en el que se insertaron dichas tendencias investigativas. Efectivamente, el estudio de ambos aspectos, sumado al del papel de los medios durante el intento de derrocamiento de abril de 2002, puede, a nuestro criterio, erigirse epistemológicamente como un marco de referencialidad histórico, que permita clarificar el abordaje actual de los medios en América Latina, desde una perspectiva crítica. Para ello es imprescindible el aporte proveniente de la Economía Política de la Comunicación, sobre el cual nos detendremos algunos párrafos más abajo.

Mediación o alienación: una crítica a la investigación latinoamericana sobre comunicación

Las frustradas experiencias que representaron tanto el trunco intento por crear un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC) en el seno de la UNESCO –debates que fueron promovidos por los "Países No Alineados", y en los cuales se denunciaban los desequilibrios existentes entre los flujos de información global [1]–,

[1] Luego de que la UNESCO aprobara el *Informe McBride*, un documento que condensaba todos los planteos referidos a la necesidad de establecer un flujo informativo más equitativo a nivel global -y que recibió ese nombre por el presidente de la comisión conformada para tal efecto, el irlandés Seán McBride, quien, además es recordado por ser miembro fundador de la ONG Amnesty

como la iniciativa por establecer en América Latina Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) –que contemplaran, entre otros puntos, el acceso y la participación de la sociedad civil en los asuntos que hacen a la definición de políticas de medios y la intervención del Estado para garantizar la democratización de la comunicación– contribuyó a acentuar el desánimo y el escepticismo político-ideológico que imperaba en las academias en los años ´80. Por otro lado, muchos de los países latinoamericanos padecían las consecuencias económicas y sociales heredadas de los regímenes militares. EE.UU. y Reino Unido –bajo los mandatos de los conservadores Ronald Reagan y Margaret Thatcher– comenzaban a implementar políticas económicas de índole *neoliberal*, que consistían fundamentalmente en: desregulación del sector financiero, flexibilización del

---

International y por ser la única persona que recibió los premios Nobel y Lenin por la Paz-, EE. UU. y Gran Bretaña se apartaron del organismo, sumiéndolo en una profunda crisis económica y de representatividad. Esto supuso el abandono, al menos en la escena internacional, de la discusión por un orden comunicacional más justo y equitativo, dando lugar a la profundización de un sistema informacional carente de todo tipo de control y regulación, en manos de grandes capitales privados.

Héctor Schmucler (1997a) hace referencia al fracaso de este proyecto de escalas globales en un trabajo cuyo título es muy gráfico: “El NOMIC: recuerdo de lo que no fue”. Allí el autor atribuye la “muerte” de dicho proyecto, entre otras cosas, al hecho de concebir a la información –cuyo flujo se pretendía equiparar- como una mercancía más: “El Tercer Mundo aparecía intentando usar la información con la misma lógica mercantil con que la utilizaban los diversos imperialismos contra los que se combatía”. Otro error, sostiene Schmucler, fue insistir en el acceso al uso de una tecnología supuestamente neutra, la cual era propiedad exclusiva de los sectores dominantes, en detrimento de la identidad cultural de cada uno de los pueblos de los países en vía de desarrollo: “Se pensó que se definían las culturas propias disputando poder en el campo del otro y dejó de percibirse que las culturas no siempre resisten la implantación de tecnologías que modifican las condiciones materiales y espirituales de su producción”.

mercado laboral, privatización de empresas públicas y limitación del control estatal; políticas que luego serían importadas en la región por imposición de los organismos de crédito multinacionales. Estos cambios tuvieron su correlato en el plano cultural, donde, en términos generales, los ideales propios del *Estado de Bienestar* fueron desplazados por un creciente valor individualista y competitivo, en tanto que el fenómeno del *consumismo* –entendiendo por tal el desmedido interés por adquirir bienes o servicios no esenciales y rápidamente desechables, en el marco de un sistema de producción capitalista– se convirtió en un síntoma que influirá en todas las esferas sociales, y el cual se constituirá en la principal preocupación para las, por aquel entonces, incipientes carreras vinculadas al estudio del *marketing* y la *publicidad*.

Como era de esperarse, las diferentes corrientes investigativas, pertenecientes al campo social de esta parte del globo, no permanecerían ajenas a este proceso histórico de reconfiguración sociocultural. Tal es así que comienzan a desarrollarse nuevos enfoques teóricos, cuya propuesta consistía en realizar un estudio más complejo del vínculo establecido entre los medios de comunicación masivos y los sujetos perceptores, incorporando conceptos provenientes principalmente de los *Cultural Studies*. A partir de entonces gran parte de las indagaciones académicas se orientarían hacia los modos de resignificación y apropiación de receptores activos respecto de los productos culturales que consumían, otorgándoles un papel protagónico en este proceso de *mediación*.

No obstante los significativos aportes teóricos que produjeron estas indagaciones –y aquí creemos que radica un punto central de la crítica de la que será objeto el enfoque sobre comunicación predominante en aquellos años–, el creciente interés suscitado en torno a las prácticas significantes del sujeto en un determinado entramado cultural se desarrolló en paralelo a un desinterés por la visión crítica vinculada al poder hegemónico que, en última instancia, condicionaba tales prácticas. De esta manera, las denuncias de los desequilibrios e inequidades en la circulación de información mundial, como así también de la concentración cada vez mayor de la propiedad de los medios de

comunicación privados, pasaron a ser problemáticas de escasa relevancia en un nuevo escenario globalizado, donde el sistema de libre mercado se mostraba como única vía posible.

Al respecto Héctor Schmucler (1997b) sostiene que las investigaciones predominantes sobre comunicación de aquellos años se caracterizaron por un "resignado conformismo". Esta corriente –entre las que se encuentran, según el autor, los trabajos "Culturas híbridas" de Néstor García Canclini (1992) y "De los medios a las Mediaciones de Jesús Martín Barbero (1987)–, otorgó al receptor un poder antes insospechado para la crítica cultural; ya que, según esta concepción, el sujeto resemantiza, recicla, rechaza, se reapropia de los objetos ofrecidos por los otros, pero deja de lado la denuncia sobre la alienación que el mercado impone sobre el conjunto social[2]. Schmucler considera que este papel asignado al receptor como "soberano del sentido", que no está condicionado por el universo simbólico que determinan los medios, ni por el lugar de poder que ocupa respecto a éstos, fue conveniente para "la filosofía neoliberal del *free flow of information* y del consumidor libre en el mercado libre". De esta manera, agrega, se ubican en el mismo plano jerárquico a los medios y la gente –quienes previamente han sido "autonomizados" –, y luego se indaga sobre el tipo de vínculo resultante de este encuentro. El problema es que tal método de análisis implica desconocer la influencia de los medios en el ámbito de la formación social, que antecede a dicha indagación.

[2] En consonancia con la crítica de Héctor Schmucler, Raúl Fuentes Navarro (1992) atribuye el abandono de las premisas críticas vinculadas al poder hegemónico del mercado, a la dispersión de enfoques sobre las mediaciones culturales de las prácticas sociales, lo que trajo aparejado una decadencia de los supuestos teóricos-metodológicos, epistemológicos y, sobre todo, ideológicos. Fuentes Navarro agrega que "en la América Latina de los años '90, la relación entre investigación y mercado, en el contexto de la modernidad, pareció formular el núcleo de las reflexiones más pertinentes en términos de sus articulaciones políticas y culturales".

En otras palabras, la crítica que Schmucler realiza sobre algunas tendencias en la investigación latinoamericana en comunicación está vinculada al hecho de que a la hora de analizar la relación comunicativa se escindió a los medios del público, otorgándole al segundo capacidades autónomas de significación –o de mediación, si se desea utilizar un concepto surgido de aquellas tendencias–, ignorando la influencia previa que los contenidos proveniente de los medios ejercían sobre los receptores. Y esta concepción le fue útil al ahora consolidado mercado transnacional, pues lo mostraba neutral frente a este problema: su participación se limitaba, según dichas tendencias investigativas, a garantizar la libre circulación de los productos (entre ellos la información). Cuando en realidad sería la misma lógica del mercado la que impondría, a través de los medios masivos, modelos de comportamientos, gustos, preferencias, modificando los aspectos culturales de una sociedad que, por su parte, carecía de autonomía, ya que se encontraba cada vez más alienada y condicionada por la vorágine del consumismo y el dinámico desarrollo tecnológico en materia informacional.

En otro tramo de la ya citada obra "*El NOMIC: Recuerdo de lo que fue*", Héctor Schmucler rechazaba el modo imperante de concebir a la comunicación en esta parte del globo. Al respecto sostenía que se poseía una concepción sobre la comunicación en donde la misma era reducida a un instrumento de progreso desvinculado de todo tipo de valores, que se fascinaba con lo novedoso. Y la propuesta del autor para escapar de la "coerción instrumental" imperante, consistía en concebir a la comunicación como un acto y no como una mera mediación.

La despolitización del espacio público

A los fines de complementar la descripción sobre el clima político imperante durante la última década del siglo XX –que, como ya sostuvimos, tuvo directas implicancias en la producción académica latinoamericana– estimamos pertinente traer a consideración la observación que por aquellos años realizara Sergio Caletti (1999),

vinculada a la reconfiguración de las prácticas ciudadanas en el *espacio público*[3]. El autor sostenía que la política, en tanto ámbito de debate y toma de decisiones de asuntos de interés colectivo, estaba perdiendo su centralidad en el espacio público. Y atribuía esta problemática, entre otros factores, a los medios masivos (particularmente a la TV) y su responsabilidad en la construcción de una creciente "ferialidad" social, esto es, una sociedad en la que prima el entretenimiento, la fantasía, la heterogeneidad y el desorden. Todo esto, afirmaba, tendría como consecuencia el reemplazo de una democracia argumentativa y racional por otra seductora, impresionista que imita la lógica del consumo de ofertas (en este caso políticas).

Consideramos que la observación de Caletti es en gran parte acertada, si se tiene en cuenta que en aquel período de los ´90 la despolitización del espacio público se hacía evidente en la creciente pérdida de legitimidad que sufrían los partidos políticos tradicionales y las instituciones republicanas.

La vigencia del enfoque crítico

El "resignado conformismo" y el "abandono de las premisas críticas" que marcaron el rumbo de gran parte de los estudios latinoamericanos sobre comunicación a partir de la década del '90 coincidieron, además, con una difundida concepción, para nada inocente, según la cual la humanidad había alcanzado el último estadio evolutivo de un proceso temporal lineal y continuo: la historia había llegado a su fin. La globalización –o para utilizar un término más adecuado: el capitalismo transnacional– se erigía como un sistema político-económico que superaba los arcaicos antagonismos entre los diferentes Estado-

[3] El autor se centraba en una de las definiciones de lo público, concibiendo al mismo como "la dimensión semántica atinente a lo que la propia sociedad civil hace visible de sí, construye y expresa al margen del ordenamiento jurídico [por ejemplo, el ordenamiento estatal, o el orden público, etc.] y frente a las instituciones del poder político (por ejemplo, la opinión pública)".

naciones. Las confrontaciones políticas e ideológicas suscitadas durante la *Guerra Fría* habían sido aparentemente superadas tras la caída del *Muro de Berlín* y se avizoraba, a partir de entonces, un horizonte armonioso que ponía en crisis al pensamiento crítico y reflexivo.

Eduardo Grüner (1998) se va a ocupar de esta problemática específica en la introducción al libro de Fredric Jameson y Slavoj Zizek *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. En estos párrafos, Grüner, sostiene que el trayecto recorrido desde el surgimiento de la Teoría Crítica hasta los actuales *Cultural Studies* se encuentra signado por el abandono del espíritu crítico político e ideológico que caracterizó los orígenes de aquella, a raíz de un distanciamiento cada vez mayor entre la producción intelectual y el compromiso político; distanciamiento que el autor atribuye a lo peor de las "teorizaciones *post*" (modernas/estructuralistas/marxistas), cuya complicidad con los "intereses ideológicos del capitalismo tardío y 'globalizado'" es explícita.

No obstante, Grüner afirma que es falaz la afirmación referida a la supuesta obsolescencia de alguno de los postulados más relevantes de la teoría crítica. Por el contrario, el autor asegura que asistimos a una época de gran complejidad sociopolítica en la cual se vuelve impostergable la recuperación de la crítica ideológica, y ve en el marxismo (entre otros paradigmas críticos que tuvieron su apogeo en gran parte del siglo XX) la capacidad de dar cuenta de las problemáticas de dicha época. Más aún, Grüner sostiene que el "marxismo, promete transformar radicalmente el pensamiento filosófico-cultural y echar una bocanada de aire fresco sobre la tediosa mediocridad del (anti) pensamiento del 'fin' (de las ideologías, de la historia, de los grandes relatos", etc.).

El argumento de esta postura se basa en el hecho de que él considera que mientras siga vigente el sistema de producción capitalista y, por ende, la lucha de clases que se desprende del mismo, también seguirá vigente la crítica teórico-práctica referida a dicho sistema.

Sin embargo, Grüner hace las siguientes salvedades: por un lado cree que la recuperación de categorías tradicionales no supone la reproducción mecánica de conceptos anquilosados y, por el otro, que no precisamente tienen que ser, ciertos postulados posmodernos, incompatibles con la teoría crítica. Se trata, según Grüner, de reintroducir la Historia "a las formas más extremas del pensamiento 'post'".

Por lo tanto, no resultaría en absoluto erróneo, afirma el autor, apropiarse de paradigmas hoy en cierto modo "anestesiados", pero con una vigencia notoria, para poder dar cuenta de la coyuntura actual, teniendo en cuenta su dimensión histórica política e ideológica, desde un enfoque crítico.

El enfoque de la Economía Política de la Comunicación

De acuerdo con lo expresado en el apartado anterior resultaría pertinente retrotraerse a las formulaciones desarrolladas por las diferentes vertientes de la Teoría Crítica que, pese a lo que ciertos sectores intelectuales con intereses determinados suelen intentar mostrar, poseería gran vitalidad, toda vez que también lo haría el sistema de producción imperante al que dichas formulaciones se oponen, a saber, el capitalismo.

Al respecto, consideramos que la caracterización de los medios de comunicación que resulta más apropiada en el marco de esta indagación es la que proponen Cesar Bolaño, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra (2005) y que consiste en concebir a los medios masivos contemporáneos como sistemas de producción, distribución y consumo de elementos simbólicos, los cuales son comercializados según los parámetros que implanta el modo capitalista de producción vigente. Para entender su lógica de funcionamiento, los autores consideran que no basta con hacer un análisis macroeconómico de los medios, su participación en la acumulación de capital y los alcances reguladores del Estado, sino que también se requiere el estudio de los modos de producción, las particularidades de las mercancías culturales que circulan y la valorización de capital en cada sector.

En consonancia con esta perspectiva –que se inscribe dentro del enfoque de la Economía Política de la Comunicación–, los investigadores británicos, Graham Murdock y Peter Golding (1981), analizan la *propiedad* de los medios de producción material e intelectual y el control ideológico que ejercen los mismos en el marco de las "industrias de comunicaciones" y el modo en que dichos medios contribuyen a la división de clases y a la legitimación de esta división. Para ello, se centran en dos estadios del proceso de concentración empresarial, los cuales, a su vez, serían producto de ciertos aspectos de la "lógica macroeconómica" imperante en nuestros días: la *diversificación* y el *conglomerado*.

El primer término hace referencia a la tendencia de las grandes empresas de un determinado sector, a adquirir intereses en otro sector que está relativamente relacionado con el primero. En tanto que estamos frente a un proceso de conglomeración cuando la diversificación afecta a compañías que poco o nada tienen que ver con los intereses del sector inicial.

Ahora bien, ¿de qué manera puede la descripción de este proceso expansivo y concentrador corporativo contribuir con nuestro análisis? Una respuesta posible es: esta realidad pone al descubierto el carácter predominantemente empresarial de los medios masivos de comunicación, los cuales suelen autodefinirse como instituciones independientes y ajenas a todo tipo de intereses económico y/o políticos, cuyo papel, de acuerdo a sus argumentos, se limitaría a garantizar el acceso igualitario a la información y a bregar por el correcto funcionamiento de las instituciones republicanas. Creemos que eso es absolutamente falaz, toda vez que la lógica de estas corporaciones está determinada por la relación costo-ganancia, como puede colegirse de lo que describimos precedentemente, y la protección de ciertos intereses que este esquema implica. De esta manera, la finalidad informativa del medio queda supeditada a la del lucro, afectando en muchos casos la veracidad de los contenidos que se difunden. Otra consecuencia negativa derivada de la concentración mediática tiene que ver con el hecho de que la

misma se produce en detrimento de la pluralidad de opiniones: esto es, un reducido grupo de personas decide qué asunto es "noticiable"[4], cómo y cuándo debe ser abordado y cuáles son los sucesos que deberán omitirse, ya sea por su irrelevancia o porque los mismos afectan a los intereses que puedan estar involucrados. Ante la falta de canales alternativos, el resto de la sociedad debe conformarse, en el mejor de los casos, con elaborar un criterio –fuertemente condicionado– en base a la información previamente filtrada y reconstruida por las grandes corporaciones comunicacionales.

El golpe de Estado en Venezuela y la crisis de legitimidad de las corporaciones mediáticas

Planteado ya el recorrido teórico por las transformaciones experimentadas durante el último decenio del siglo anterior en el seno de los estudios sociales en América latina –contextualizando estas transformaciones en el marco histórico en el que tuvieron lugar y que, en gran medida, influyó en ellas–; y descripto, también, los alcances del enfoque que propone la Economía Política de la Comunicación, creemos que es el momento adecuado para centrarnos en el suceso puntual que mencionáramos en la introducción del presente trabajo, referida al papel de los medios masivos durante el intento de derrocamiento del gobierno constitucional de Hugo Chávez, en abril de 2012.

[4] En relación a esta selectividad de la información se puede citar la teoría que abordan, entre otros, los intelectuales norteamericano Maxwell McComs y Donald Shaw, denominada "Agenda setting", la cual afirma que los medios masivos de comunicación no pueden imponer al público "cómo pensar" (how to think), pero sí "sobre qué pensar" (what to think about). Al respecto, el profesor de Sociología de la Comunicación, de la Universidad Austral, Juan Pablo Cannata (2010) sostiene que "los ciudadanos somos capaces de registrar una cantidad limitada de temas relevantes o 'issues' sociales, y se ha comprobado que la prioridad que establece la opinión pública no se corresponde con la relevancia objetiva de los temas, sino con el espacio o tiempo dedicado por los medios de comunicación". Y agrega que esta práctica otorga "un gran poder a los medios y a quienes poseen la capacidad de instalar temas en los medios, lo que se llama 'marcar la agenda'".

Queremos insistir en el carácter arbitrario y subjetivo que reviste, en cierta forma, la elección metodológica de este suceso como punto de ruptura con la descripta tradición investigativa preponderante en el continente. Sin embargo, estimamos que este enfoque no le resta rigurosidad a la presente propuesta analítica, toda vez que el gobierno de Chávez en general, y en particular el malogrado golpe de Estado del que fue víctima, tuvieron consecuencias políticas fácticas y empíricas que redundarían en un cambio de paradigma en las políticas públicas referidas a la regulación del sector empresario-comunicacional, aspecto este compartido por casi todos los gobiernos de la región, a partir de entonces. Efectivamente, en los últimos años muchos líderes latinoamericanos –conciente del inmenso poder que dicho sector posee y de la necesidad de actualizar la vetusta legislación hasta ese momento vigente– comenzaron a elaborar políticas de regulación tendientes, teóricamente, a democratizar el acceso a los medios y a garantizar la pluralidad de voces en su seno. Ejemplos de este fenómeno son: la sanción de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisuales en Argentina, lo que ha llevado a una abierta confrontación entre el poder político y los multimedios informativos más poderosos del país. En esta dirección también se encuentra trabajando otros vecinos de la región tales como Brasil, en donde el por entonces presidente Luiz Inácio Lula da Silva presentó, en el año 2010, una propuesta destinada a la elaboración de un proyecto de ley de medios a la actual mandataria del país carioca, Dilma Rousseff[5]; Ecuador, cuyo presidente, Rafael Correa llevó a cabo un referendo que posibilitó la realización de una serie de enmiendas constitucionales, entre las cuales se propuso un organismo para regular a los medios, para que, por una parte, sean legalmente responsables de sus publicaciones y, por el otro, para que sus dueños no puedan tener inversiones en otras áreas. En la propia Venezuela, se está discutiendo desde hace un tiempo un proyecto de

[5] Cabe añadir que ambos dirigentes han sido objeto de desprestigio permanente por parte de los sectores más poderosos de la prensa de ese país, tales como el diario Folha de São Paulo, el semanario Veja y la Red Globo.

ley denominado Medios Audiovisuales Alternativos Comunitarios que propone la distribución igualitaria del espectro radioeléctrico, con 33,3 por ciento para el Estado, las empresas privadas y los medios alternativos. Uruguay, desde el año 2010 viene realizando diferentes gestiones, a través de la Dirección Nacional de Telecomunicaciones, las cuales tienen como objetivo la formulación de una ley de características similares a la del proyecto distributivo venezolano[6]. En tanto que en Bolivia la Asamblea Legislativa Plurinacional aprobó en el año 2011 la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, la cual establece que las frecuencias de radiodifusión también se dividirán en un 33 por ciento para el Estado, otro 33 por ciento para el ámbito comercial, 17 por ciento para el sector social comunitario y el 17 restante para los pueblos indígenas originarios y campesinos.

Un aspecto, en absoluto despreciables, resultante de esta disputa entre el intervencionismo estatal y la libertad de empresa, es la participación activa y directa de diversas instituciones, organizaciones no gubernamentales y movimientos sociales en la formulación y puesta en marcha de estas políticas públicas. Este proceso inclusivo entre otros factores ha permitido, a nuestro criterio, recuperar la centralidad del debate político en el espacio público, subsanando aquella pérdida de los años ´90 que señalara Caletti más arriba.

Pero la consecuencia más relevante de esta puja entre los gobiernos de la región y las corporaciones mediáticas de capital privado, fue justamente evidenciar el carácter empresarial que constituye su lógica de funcionamiento. Valores que históricamente los medios han dicho representar, tales como la objetividad, la independencia y la

[6] Estas iniciativas han sido fuertemente resistidas, entre otros sectores de poder, por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) -asociación que reúne, entre otros, a gran parte de los empresarios de los medios más poderosos de América-, afirmando que dichas medidas (calificadas peyorativamente como “populistas”) están destinadas a censurar a la prensa “independiente”, lo que representa, a su criterio, una grave amenaza para la libertad de expresión.

neutralidad, comenzaron a ser puestos en duda por gran parte de la sociedad que veía con mayor nitidez que los intereses particulares de aquellos eran groseramente manifestados en su oposición a las iniciativas reguladoras del Estado. La "verdad" y la "realidad" de la información –supeditadas a dichos intereses particulares– podían fluctuar de acuerdo a la coyuntura política y a los beneficios económicos involucrados y una parte importante de la opinión pública volvió a ser consciente de esta problemática.

Ahora bien, esta crisis de legitimidad del discurso mediático pudo haberse acentuado notoriamente a partir del ya mencionado intento de derrocamiento del ex presidente venezolano Hugo Chávez. Ciertamente, la cobertura que los multimedios informativos privados locales e internacionales hicieron de aquel acontecimiento (entre los cuales se encuentran las televisoras *RCTV*, *Venevisión*, *Globovisión*, los diarios *El Nacional*, *Tal Cual* y *El Universal*; el grupo español *PRISA* y el periódico madrileño *ABC*, y la cadena norteamericana *Fox News*), manifestó una clara identificación de éstos con los sectores opositores al gobierno, convirtiéndose no solo en vehiculizadores de sus proclamas, sino también en partícipes necesarios del fallido proceso destituyente. Tal es así que desde las filas del oficialismo no dudarían en caracterizar esta embestida como "un golpe mediático". Puntualmente, sobre los "Sucesos del Puente Llaguno" las mencionadas televisoras locales –de las que luego se harían eco ciertos medios internacionales conservadores– construyeron un relato de la masacre completamente tergiversado, recurriendo a la edición de escenas, selección de determinadas tomas y planos y omisión de otros; en fin, un montaje audiovisual "ficcional" concienzudamente guionado. Todo esto a su vez reforzado por una descripción de los hechos intencionada que los periodistas emitían desde los estudios. De tal manera que para el espectador las 19 muertes que se cobró aquella fatídica jornada eran autoría de los grupos chavistas que se hallaban sobre dicho puente y que aparentemente habían disparado indiscriminadamente contra quienes marchaban contra el gobierno. El documental "Puente Llaguno: claves de una Masacre" (2004), dirigida por Ángel Palacios reconstruye

meticulosamente los acontecimientos y prueba, mediante numerosos testimonios y documentos, la falacia de los argumentos esgrimidos por los medios opositores, poniendo en evidencia que los asesinatos eran autoría de francotiradores apostados en edificios colindantes y de la Policía Metropolitana. Los disparos que efectuaron los simpatizantes chavistas desde el puente estaban dirigidos a aquellas fuerzas que arremetían contra ellos, y no hacia la marcha opositora, que se había retirado de la escena varios minutos antes.

El propósito que subyacía en esta adulteración de la tragedia era, en última instancia, estigmatizar al régimen chavista –asimilado por sus detractores con un sistema represivo y autoritario– que, según las imágenes difundidas por los medios destituyentes, no titubeaba en enviar a sus "hordas" a masacrar a los ciudadanos venezolanos que se manifestaban pacíficamente en las calles. Esta representación, además, habilitaba cualquier vía defensiva –incluso la del golpe de Estado– para erradicar a un supuesto poder dictatorial que arremetía violentamente contra todo un pueblo.

Horas más tarde, cuando se empieza a difundir la desmentida sobre la supuesta renuncia de Chávez, miles de ciudadanos salieron a las calles a reclamar por su inmediata liberación y reposición en el cargo. Los medios adversarios se rehusaron a informar esto, llegando algunos de ello al absurdo de reemplazar la programación informativa habitual por dibujos animados u otros contenidos distractores.

Finalmente, el reestablecimiento del orden democrático y constitucional puso en evidencia las maniobras desestabilizadoras de la oposición, sus responsables políticos y la complicidad de ciertos medios de comunicación. A partir de entonces sería más dificultoso el sostenimiento de una imagen social pulcra e inmaculada que ellos mismos habían construido de sí. Y los intelectuales y científicos sociales ya no podrían hacer caso omiso a este nuevo fenómeno de concientización que se gestaba en Latinoamérica.

Conclusión

En las páginas precedentes hemos intentado realizar un sucinto recorrido por las transformaciones teórico-epistemológicas experimentadas en el campo investigativo sobre comunicación, las cuales estuvieron naturalmente determinadas por los procesos socio-políticos, culturales, económicos e ideológicos propios de la América latina de los años ´90. El abandono de las premisas críticas –que, como señalaba Eduardo Grüner, está lejos de ser un pensamiento obsoleto– y la "despolitización del espacio público", eran dos particularidades propias de aquellos años que, a nuestro juicio, serían subsanados con la irrupción, en la región, de una serie de gobiernos de orientación progresista. Estos impulsarían diversas medidas tendientes a la regulación de un poderosísimo sector, como lo es el de los medios masivos de capital privado, propiciando, para ello, la participación de todo el colectivo social.

La enconada disputa derivada de estas iniciativas puso de manifiesto la falsa imparcialidad y ecuanimidad de aquellas corporaciones mediáticas, que por su naturaleza constitutiva responden a una lógica de acumulación capitalista; lógica que impera por sobre la función informativa. La recuperación de esta concepción de los medios, otrora "anestesiada", le otorgó vigor al enfoque de la Economía Política de la Comunicación, cuya propuesta consideramos la más adecuada para poder entender la compleja coyuntura regional de nuestros días. Efectivamente, sostenemos que para realizar un análisis crítico adecuado de los medios es imprescindible la elaboración previa de un mapa en donde se especifiquen las compañías del sector, sus propietarios, la vinculación de estas con otras empresas, etc. Este mapa servirá de guía para saber desde qué lugar nos habla cada comunicador, qué intereses defiende, el por qué del tratamiento de determinados asuntos y no de otros, las jerarquizaciones de los temas, la insistencia sobre alguno en particular, las diferentes estéticas de abordaje (música, imágenes, expresividad de los conductores, tono de voz, etc.), el grado de vínculo de la corporación con el poder político, entre otras cuestiones que hacen a la naturaleza de los medios y que se refleja en la particularidad discursiva de cada uno de ellos.

Creemos, como ya lo manifestamos reiteradas veces, que la crisis de legitimidad social que aflige al discurso mediático corporativo se profundizó con el papel que las empresas periodísticas desempeñaron durante el frustrado intento de destitución del gobierno constitucional del ex presidente Chávez, en abril de 2002.

Bibliografía

- BOLAÑO, C., MASTRINI, G. y SIERRA (2005) *Economía política, comunicación y conocimiento*. Bs. As. La Crujía.

- CALETTI, Sergio (1999) "Repensar el espacio público". Ponencia presentada en *Seminario Tendencias y Retos de la investigación en comunicación en América Latina*. Lima, FELAFACS-PUC.

- CANNATA, Juan Pablo (2010, junio 2) "Las otras polémicas del cine". En *Diario Página 12*. Bs. As.

- FUENTES NAVARRO, Raúl (1992) "El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina". En *Revista Diá-logos de la Comunicación No. 32* (Marzo). Lima, FELAFACS.

- GARCÍA CANCLINI, Néstor (1992) *Culturas Híbridas*. Bs. As. Sudamericana.

- GRÜNER, Eduardo (1998) "El retorno de la teoría crítica de la cultura: una introducción alegórica a Jameson y Zizek". En *Estudios Culturales: reflexiones sobre el multiculturalismo, Jameson Fredric y Slavoj Zizek*. Bs. As. Paidós.

- HERSCOVICI, C., BOLAÑO, C. Y MASTRINI, G. (2000) "Economía política de la comunicación y la cultura: una representación". En *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Bs. As. Biblos.

- MARTÍN BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones*. México, Gustavo Gili.

- MATTELART, A. y MATTELART, M. (1997) "Economía política". En *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós.

- MURDOCK, G. y GOLDING, P. (1981) "Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase". En *Curran, J., Gurevitch, M. y Woollavot, J. Sociedad y comunicación de masas*. México, Fondo de Cultura Económica.

- REGUILLO, Rossana (1999) "Las culturas emergentes en las ciencias sociales" (pp. 98-117). En *Pensar las Ciencias Sociales hoy* (Reguillo, R. y Fuentes, R. Coordinadores). Jalisco. ITESO.

- SCHMUCLER, Héctor (1997) "La investigación (1996): lo que va de ayer a hoy". En *Memoria de la comunicación*. Bs. As. Biblos.

- SCHMUCLER, Héctor, (1997) "El NOMIC: Recuerdo de lo que fue". En *Memoria de la Comunicación*. Bs. As, Biblos.

Filmografía

- PALACIOS, Ángel (Guión y Dirección), Panafilms (Producción General) y ANMCLA (Producción Ejecutiva), (2004) *Puente Llaguno: claves de una Masacre*. Caracas.