

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

**El papel de los medios de comunicación
alternativos en el proceso de la democratización
mediática.**

Los casos de México, Cuba y Venezuela

TESIS

Que para optar por el grado de

Licenciada en Sociología

presenta

Diana Ibeth Ramos González

Asesor: Nayar López Castellanos

Febrero de 2012



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Temario

Introducción.....	3
 Capítulo 1. Los medios de comunicación en las sociedades modernas	
a) El papel de los medios de comunicación en las sociedades modernas.....	9
b) La vinculación de los medios de comunicación con las relaciones de poder.....	25
c) Efectos de los medios de comunicación en los procesos políticos.....	40
d) La importancia de una visión teórica integral.....	56
 Capítulo 2. Contexto de los medios de comunicación en América Latina	
a) Surgimiento de los medios electrónicos de comunicación y estructura actual...	65
b) Los medios de comunicación en el modelo comunicativo capitalista. El caso de México.....	100
c) La democratización mediática en Venezuela.....	140
d) La socialización de los medios en el sistema comunicacional cubano.....	177
 Capítulo 3. Importancia y perspectivas de los medios de comunicación alternativa en la conformación de nuevos espacios de comunicación en México, Cuba y Venezuela	
a) Características de los medios de comunicación alternativos en México, Venezuela y Cuba.....	214
b) La participación ciudadana, aspecto fundamental de los medios alternativos..	233
c) Contexto y perspectivas de los medios de comunicación alternativos en la conformación mediática de México, Venezuela y Cuba.....	246
 Conclusión.....	 269
 Anexo.....	 279
 Bibliografía.....	 284

Introducción

Este trabajo aborda el tema del proceso de la democratización mediática en América Latina citando los casos de México, Venezuela y Cuba, por resultar representativos en la escena regional en cuanto comprenden condiciones sociales que se reflejan en los modelos de comunicación predominantes, a saber privado comercial, en el caso mexicano, socialista, en el cubano y mixto, para el caso venezolano.

El objetivo de esta obra es encontrar una vía latinoamericana para la democratización de los medios de comunicación, la cual funja como guía para la construcción de alternativas en el proceso de democratización mediática, a partir de lo cual quede sustentado que es posible la participación de diferentes actores sociales en el espectro radioeléctrico, aprovechando la cobertura y penetración social de los medios electrónicos y digitales actuales.

Así, el objetivo es desarrollar un análisis sobre los casos mencionados, compararlos y plantearse nuevos escenarios de posibilidades entre estas realidades como propuestas para generar alternativas participativas ante la monopolización de los medios por parte del mercado.

Latinoamérica nos presenta un panorama diverso en el ámbito de los medios de comunicación, pero resultan interesantes los casos de México, Cuba y Venezuela por su representatividad en la región y en el mundo. Cuba, al ser un país socialista desde mediados del siglo XX, posee un modelo de comunicación acorde a este sistema, lo cual generó en un principio la destitución de la base capitalista extranjera sobre la cual habían sido creados e impulsados los medios y posteriormente se dio la creación de la infraestructura material e institucional del modelo de comunicación socialista con su constante transformación a lo largo del medio siglo de la revolución.

El caso de Venezuela también destaca al ser uno de los países latinoamericanos que en los últimos años ha dado un cambio radical en la manera de hacer política, como se puede constatar a nivel nacional e internacional desde la llegada de Hugo Chávez Frías al poder en 1998, expresado en el impulso de proyectos regionales y en la política interna de este país, entre la que se encuentra la correspondiente a los medios de comunicación.

Tales políticas muestran a Venezuela como símbolo de innovación con respecto a la búsqueda de alternativas propias a problemas económicos, sociales, políticos y culturales, con el objetivo de mejorar las condiciones sociales del pueblo, aspecto sumamente relevante, pues si bien los problemas a los que se enfrenta esta nación son comunes a las otras de la región, ésta genera soluciones propias, lo cual se encuentra reflejado en la tarea de democratizar cada aspecto social, lo que sin duda funge como ejemplo para los países latinoamericanos y para el mundo.

México también resulta representativo al ser uno de los países en América Latina con un modelo de comunicación privado comercial consolidado, uno de los más importantes regionalmente, de tal manera que por sus características, los oligopolios mediáticos conforman uno de los pilares básicos de esta estructura, la cual goza de todo el apoyo de la elite política nacional para mantenerse, por lo cual representa uno de los países de Latinoamérica donde el modelo privado comercial se encuentra fuertemente adherido a la legislación y a la operación de la política en materia de comunicación, de ahí que resulte relevante para este análisis, pues su contexto en materia de comunicación se conforma como un gran reto para la democratización mediática regional.

A pesar de las diferencias entre los países mencionados, los tres comparten condiciones similares, expresadas al menos de forma histórica, pues Cuba perteneció a un modelo de comunicación privado comercial al igual que Venezuela, la cual se

encuentra en lucha por el proceso de democratización mediática, ambos países bien pueden compartir como antecedente la situación actual de México, representativo debido al poder mediático que tiene lugar en la sociedad, expresado en el ámbito político, económico, social y cultural.

Los casos mencionados se abordarán desde el contexto sistémico capitalista, para lograr la coherencia indispensable al análisis de ellos, empleando los conceptos teóricos necesarios. Así, en el primer apartado contemplará la base teórica sobre la cual se desarrollará el análisis, estableciendo la estructura conceptual más conveniente para analizar el proceso propuesto y considerando que puede abordarse desde diferentes perspectivas, recuperando aspectos centrales para que la perspectiva quede integrada de manera sólida.

Este apartado teórico tratará el papel desempeñado por los medios de comunicación en las sociedades actuales como legado de la modernidad en su aspecto tecnocientífico, así como las características que éstos han desarrollado en relación con la modernidad y el macro, meso y micro sistema, de ahí que se le haya denominado *Los medios de comunicación en las sociedades modernas*. De igual forma, se atenderán elementos relacionados con otros aspectos como el poder y la participación ciudadana.

En el segundo apartado, se abordará el contexto histórico y actual de los medios de comunicación en América Latina, el vínculo entre ellos y con el sistema capitalista, además de exponer las alternativas históricas ante éste, como el socialismo, con el objetivo de analizar el panorama mediático latinoamericano y, de esta manera, detectar los retos que enfrenta la región en el ámbito de la comunicación mediática.

Tales desafíos se encuentran relacionados con el aspecto económico, político y social, como lo muestra el monopolio del espectro radioeléctrico por parte de oligopolios nacionales, regionales e internacionales, nuevos fenómenos sociales como

los golpes de Estado mediáticos, el encubrimiento de la política intervencionista y restrictiva en la región por parte de algunos países como Estados Unidos, el terrorismo mediático como parte de la violencia de la elite político económica mundial hacia la política gubernamental de los países latinoamericanos, problemas políticos y económicos relacionados con la producción y el acceso a la información, al igual que la desigualdad en la producción, difusión y participación en el espectro radioeléctrico.

Al tener este telón de fondo, los temas subyacentes se relacionan con los casos que ocupan a este análisis. En primer lugar se presenta la situación mexicana desde el modelo capitalista, en el cual se hace énfasis en el estado monopólico empresarial de la comunicación, y por ello falta de democracia, que caracteriza al espacio radioeléctrico, al ser el duopolio integrado por Televisa y TV Azteca, el gran conglomerado que representa a las industrias culturales a nivel nacional y regional.

En lo concerniente al caso venezolano, se aborda además de la estructura actual mediática del país, el proceso de la democratización en materia de comunicación durante los gobiernos de Hugo Chávez, haciendo énfasis en la construcción de una esfera pública en el espacio radioeléctrico como parte de las reformas en vías de la construcción de una sociedad democrática y en los obstáculos político empresariales que han tenido que enfrentar tales reformas nacional e internacionalmente.

Respecto al caso cubano, se considera la estructura actual de los medios de comunicación desde un gobierno socialista, por lo que se hace énfasis en las características de un sistema de comunicación socialista latinoamericano, tal como la manera en que el espacio radioeléctrico se encuentra conformado, es decir, la representación y participación que en él poseen los ciudadanos cubanos, así como los temas adyacentes a ello, como la libertad de expresión, los foros de difusión de las ideas de los opositores internos a la revolución, así como la argumentación de dicha oposición

y la relación de ésta con los medios de comunicación privado comerciales internacionales.

Teniendo como base el análisis de los medios de comunicación desde su fundamento en las sociedades modernas así como la estructura actual regional y en cada uno de los casos mencionados, en el tercer apartado se analizan las características de los medios de comunicación alternativa a nivel regional y en cada uno de los casos abordados, así como las perspectivas de conformación de una comunicación de este tipo en ellos, con el objetivo de explicar la importancia de estos medios como agentes de cambio en el proceso de la democratización del espectro radioeléctrico, sosteniendo como hipótesis que el avance tecnológico incorporado a los medios, traducido en la transformación de las relaciones entre medios y receptores, son características que pueden coadyuvar en el proceso democratizador.

Es por ello que el contenido de este apartado se centra en el análisis de las características de los medios de comunicación alternativos en México, Venezuela y Cuba, y su relación con los diferentes ámbitos sociales en la conformación mediática, así como en la participación ciudadana, como característica primordial de los medios alternativos y en las perspectivas de éstos en el proceso de democratización mediática.

De esta manera lo que se pretende con este trabajo no sólo es una mirada crítica al proceso de la comunicación mediática actual, es decir, a la operación y finalidad de los medios de comunicación en un modelo privado comercial, sino que también un esfuerzo para proponer soluciones, mediante la democratización mediática, con el objetivo de establecer una alternativa que encamine hacia el ejercicio pleno de los derechos en materia de comunicación, por lo cual se abriría la posibilidad de construcción de un espacio público correspondiente a los intereses, inquietudes y necesidades de los ciudadanos, de esta forma estaríamos hablando de vivir en

sociedades democráticas donde la participación de todos sea un símbolo, es decir, el pleno ejercicio de nuestro papel como ciudadanos y no sólo como consumidores.

Capítulo 1. Los medios de comunicación en las sociedades modernas

a) *El papel de los medios de comunicación en las sociedades modernas*

Los medios de comunicación, tal y como los conocemos en la actualidad, prensa, radio y televisión, siguiendo a Uribe Alvarado en su reseña de *Los media y la modernidad una teoría de los medios de comunicación de B. John Thompson*¹, son producto de la modernidad, aunque ciertamente se estaría en una posición incierta respecto al Internet pues, como menciona Ramonet, es el medio en el que confluyen los distintos medios de comunicación anteriores, la imagen, el sonido y el texto, formando la misma cosa, es decir, se unifican y se homogenizan, lo cual sucede también con otros medios digitales como los teléfonos celulares, por lo que de igual forma cabe considerarlos dentro de la modernidad.

Tales medios hicieron su aparición en una temporalidad que denota ciertas características en las sociedades humanas tanto en el ámbito cultural, político, económico y social, la cual ha sido llamada modernidad. En ella se forjaron las características que la comunicación actualmente posee, dando como resultado una comunicación mediatizada, como lo demuestra el actual desarrollo tecno-científico que ha transformado la comunicación interpersonal, cara a cara, por la mediatización de ésta a partir de innovaciones tecnológicas como la televisión, la radio, el Internet y los teléfonos celulares, solo por mencionar algunos. Es por ello que los medios de comunicación actuales poseen características que el ser humano les brindó en un

¹ Ver, Uribe, Alvarado Ana B., “Reseña de los media y la modernidad una teoría de los medios de comunicación de B. John Thompson”, *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31681509 &CveNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], junio, año/Vol. VIII, número 015, Universidad de Colima, México, 2002.

contexto temporal específico, razón por la que se les puede ubicar como expresión de la modernidad.

En este sentido, si se comprende el contexto en el cual los medios de comunicación, más específicamente los de carácter masivo (al implicar un fenómeno social con dimensiones generales) fueron desarrollados, es decir, si se comprende su desarrollo en los límites de la época moderna puede comprenderse el que se les observe en la actualidad de una manera crítica, pues la misma modernidad constituye actualmente parte fundamental de la crítica en las ciencias sociales. Por ello se puede abordar la crítica a la modernidad desde la comunicación mediatizada.

Las características que los medios de comunicación poseen y sus consecuencias en las sociedades actuales, tanto al interior de éstas como en su relación con otras, confluyen con otros procesos sociales que caracterizan a la modernidad, como lo son aquellos fenómenos de carácter general, que constituyen diferentes ámbitos del proceso de globalización en el aspecto político, económico y cultural.

La interconexión de procesos sociales, además de dar cuenta del carácter complejo de la realidad social, puede observarse como una rica fuente de enfoques por los cuales el fenómeno actual de los medios de comunicación puede ser observado y analizado desde distintos ángulos, aunque teniendo siempre en cuenta que esta variedad solo representa diferentes puntos de vista desde donde puede observarse éste, lo cual no agota al fenómeno, sino más bien da cuenta de una parte de la realidad en el que se desenvuelve, igualmente, esta variedad de enfoques de análisis puede dar pie a la formación de posturas contrarias, aunque también existe la posibilidad que éstas confluyan en ciertos aspectos, principalmente en los relacionados con el contexto en el cual el fenómeno se desarrolla.

De allí que se tenga una gran diversidad de enfoques teóricos que analizan a los medios de comunicación en el contexto de la modernidad. Entre éstos se encuentra la perspectiva crítica, la cual relaciona a los medios de comunicación con el contexto moderno, observado desde el proceso de globalización económica en el ámbito del capitalismo.

De esta manera puede observarse que coincide con la crítica emprendida por la Escuela de Frankfurt, con Horkheimer y Adorno, de la misma manera que lo han hecho distintos teóricos a lo largo del siglo XX influenciados por la corriente marxista. No obstante, los marxistas analizaron el fenómeno de los medios de comunicación desde una perspectiva distinta al propio Marx, pues si bien siguieron la crítica al capitalismo, su visión era negativa en torno al desarrollo tecnológico en las sociedades modernas, ya que al analizar al sistema de medios de comunicación en la sociedad capitalista se hace un especial énfasis en su carácter de clase, al mencionar que no pueden servir al bienestar público por ser creados como instrumentos de la clase dominante, la burguesía, para imponer su ideología sobre la clase dominada, el proletariado, y con ello garantizar ideológicamente el dominio de clase.

Desde esta perspectiva, puede notarse el término ideología de forma epifenoménica, según Thompson, al ocultar el sentido real del fenómeno, al hacerlo parecer algo que no es, según distingue este autor al analizar los significados con el que Marx utiliza el término ideología a lo largo de su obra, pues en este caso, al ser instrumentos de clase, los medios tienen como finalidad la reproducción ideológica que sustente el dominio de clase y la función de mitificar la realidad al presentarla como epifenómeno, como algo que no es, precisamente por su carácter de clase.

En cuanto a las divergencias de los marxistas que analizaron el desarrollo tecnológico y los medios de comunicación, se encuentra el carácter pesimista y negativo

con el que observaron dicho desarrollo; como menciona McQuail el fenómeno de la mediatización de la comunicación en la modernidad es analizado como una de las contradicciones inherentes a ésta última, la cual deviene del desarrollo tecnológico alcanzado por la modernidad debido al impulso del saber instrumental, bajo la pauta de la razón de este mismo carácter, que por tanto es una razón de fines últimos, con la supuesta meta del bien de la humanidad. Una parte de dicha contradicción se materializa en los medios de comunicación al ser una parte del avance tecnocientífico de la ciencia moderna.

La ilustración, en el concepto más amplio sentido de pensamiento en continuo progreso, ha perseguido desde siempre el objetivo de liberar a los hombres del miedo y constituirlos en señores. Pero la tierra enteramente ilustrada resplandece bajo el signo de una triunfal calamidad. El programa de la ilustración era el desencantamiento del mundo, Pretendía disolver los mitos y derrocar la imaginación mediante la ciencia.²

Así, en el desarrollo de la modernidad dicho progreso aparece como contrario al propósito para el cual supuestamente fue desarrollado, como lo menciona Horkheimer al considerar la alienación del individuo ante la sociedad capitalista, desde el aspecto de la cultura de masas.

A través de las inmutables agencias de la producción de masas y de su cultura se inculcan al individuo los modos alternativos de conducta, presentándolos como los únicos, naturales, decentes y razonables. El individuo queda ya determinado sólo como cosa...su norma es la autoconservación, la acomodación lograda o no a la objetividad de su función y a los modelos que le son fijados...Pero, incluso, el colectivo amenazador forma parte solo de la superficie engañosa bajo la que se esconden los poderes que lo manipulan en su acción violenta. Su brutalidad que mantiene a los individuos en su lugar, representa tan poco la verdadera cualidad del los hombres como el valor de los objetos que consumen.³

De esta manera “ponía de manifiesto que el proyecto emancipador de las filosofías ilustradas era inconsecuente con sus mismas premisas, epistemológicas, éticas y estéticas. La propia noción crítica de una racionalidad formalizada... era puesta en

² Horkheimer, Max, *Dialéctica del iluminismo*, Sur, Buenos Aires, 1969, p.59.

³ *Ibíd.*, p.82.

entredicho como principio de un sistema de dominación global.”⁴ Con ello, Horkheimer da cuenta del servicio de la tecnología, en la forma de medios de comunicación, como parte fundamental en la instauración de una cultura de masas que aliena al hombre, la cual se erige desde su contenido en una ideología de clase, de manera que encuentra en la denominada industria cultural por la Escuela de Frankfurt, el engaño de las masas, es decir, la función de los medios de comunicación es la manipulación.

Con ello puede notarse la perspectiva desde la cual la Escuela de Frankfurt, y más específicamente, Horkheimer y Adorno, realizan una crítica al fenómeno moderno de los medios de comunicación, partiendo de su enfoque de industria cultural que subyace en la teoría crítica de la cultura; el valor de dicha teoría consiste en dar un enfoque científico a las apreciaciones de la cultura moderna como decadente.

Hace explícito aquello que fundamenta el rechazo a los medios, suministrando un modelo muy coherente de la dominación ideológica que impondrían éstos últimos...su interés es el de suministrar un primer andamiaje para un método de dominación cultural que se expresa a través de los medios masivos de comunicación.⁵

Es por ello que con esta teoría, al proponer una visión crítica de la cultura de masas desde una perspectiva marxista, se observa que la modernidad posee las características de un desarrollo tecnológico cada vez mayor, al tiempo que se observa la mercantilización de lo humano, desde el individuo hasta las relaciones sociales, que en primera instancia se ocultan en el proceso de producción, pero que van más allá al abarcar la variedad de relaciones sociales, las cuales como tal no se observan, al estar el hombre alienado y con ello el producto de su trabajo, la mercancía, se vuelve fetiche. Lo mismo sucede con los demás productos de las relaciones sociales, las cuales al ser fetiches provocan que el hombre no se observe a sí mismo como creador, como sujeto, sino como cosa. De allí que Adorno y Horkheimer observen la atomización social, pues

⁴ Subirats, Eduardo, *Culturas virtuales*, Ediciones Coyoacán, México, 2001.p.63.

⁵ Maigret, Eric, *Sociología de la comunicación y de los medios*, FCE, México, 2005, p.107.

los hombres pierden las relaciones que los unen con la colectividad; como menciona Maigret, en *Sociología de la comunicación y de los medios*, se vuelven extraños a sí mismos.

Tal fenómeno puede ser observado en la comunicación, e incluso es condición previa para que los medios de comunicación, en la forma de industria cultural, es decir, en la forma de cultura de masas, puedan manipular a los individuos atomizados.

Toda cultura de masas bajo el monopolio es idéntica, y su esqueleto-el armazón fabricado por aquél, comienza a dibujarse. Los dirigentes no están ya en absoluto en esconder dicho armazón; su poder se refuerza cuanto más brutalmente se declara. El cine y la radio ya no necesitan darse como arte. La verdad de que no son sino negocio les sirve de ideología que debe legitimar la porquería que producen deliberadamente. Se autodefinen como industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales eliminan toda duda respecto a la necesidad social de sus productos.⁶

Siguiendo a Maigret, este tipo de manipulación se sigue en dos caminos, tanto en la alabanza, como en la seducción, pero además se vale del entretenimiento, el cual, afecta y adormece el juicio y la razón, y para ello se vale de la tecnología, de sus diversas modalidades: radio, televisión, cine, entre otros.

Los medios masivos, administrados como industrias, ejercen una permanente seducción porque alivian, relajan, permiten soñar y tener esperanza. Los estereotipos que transmiten reducen la complejidad del mundo y gustan por su monotonía tranquilizadora. Los modelos de identificación que proponen son solamente derivados irrisitorios o medios de quedar encerrado en un estado infinito de pasividad...los medios forman una cortina de humo, un vapor que embrutece: la comunicación de masas conduce al silencio de las masas. Son el Aufklärung, el sol negro de la modernidad: generalizan la ausencia de sentido crítico y de respeto por la verdadera cultura, “engañando” a los seres humanos.⁷

Esta postura teórica nos refiere a que ya no se tiene una cultura verdadera, sino que ésta se encuentra alienada por la dominación, que se esconde en la ideología de clase basada en la tecnología como instrumento para actuar sobre el hombre alienado, “los instrumentos de dominio deben aferrar a todos; lenguaje, armas, y, finalmente,

⁶ Horkheimer, Max, *Op. Cit.* p.166.

⁷ Maigret, Eric, *Op.Cit.* p.111.

máquinas, deben dejarse aferrar por todos... Hoy con la transformación del mundo en industria, la perspectiva de lo universal y la realización social del pensamiento es negado incluso por los que dominan como pura ideología”⁸. De igual forma menciona Horkheimer que “la racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo. Es el carácter coactivo de la sociedad alienada de sí misma”⁹ y por tanto la sociedad se encuentra alienada, lo mismo que la cultura bajo la fachada de cultura de masas o industria cultural, esta última, siguiendo a este autor, se presenta en forma de proposiciones que no pueden ser refutadas acerca de lo existente, es decir, como si se formara una realidad diferente de la real, pues esta última está alienada.

La ideología, llevada así a la vaguedad y a la falta de compromiso, no se hace por ello más transparente, ni tampoco más débil. Precisamente su vaguedad, su aversión casi científica a comprometerse con algo que no puede ser verificado, sirve eficazmente como instrumento de dominio. Ella se convierte en la proclamación enérgica y sistemática de lo existente. La industria cultural tiende a presentarse como un conjunto de proposiciones protocolarias y así justamente como profeta irrefutable de lo existente.¹⁰

Lo rescatable de la teoría crítica es que se entrelaza la política económica con la comunicación, la teoría crítica del conocimiento y la teoría de la acción social, pues confluye la teoría del conocimiento, en cuanto toca el aspecto de la alienación y la dominación ideológica como lo menciona Maigret, se logra una unión entre historia, entendida desde la perspectiva marxista, con la comunicación al relacionarla con la dinámica capitalista, y por tanto, con los procesos económicos y sociales característicos de dicha dinámica, y por ende con la concepción de Marx sobre la dominación ideológica.

Así, se abre paso a la observación de la cultura desde la perspectiva de las relaciones de dominación, en las que los medios de comunicación, en tanto parte del

⁸ Horkheimer, Max, *Op. Cit.*, p.90.

⁹ *Ibidem*, p.166.

¹⁰ *Ibidem*, p.192.

desarrollo tecnológico, son fundamentales en el aspecto de la dominación tanto ideológica como económica.

La cultura es una mercancía paradójica. Se halla hasta tal punto sujeta a la ley del intercambio que ya ni siquiera es intercambiada; se disuelve tan ciegamente en el uso mismo que ya no es posible utilizarla. Por ello se funde con la publicidad. Cuanto más absurda aparece ésta bajo el monopolio, tanto más omnipotente se hace aquélla. Los motivos son por supuesto económicos...La publicidad es su elixir de la vida. Pero dado que su producto se reduce continuamente el placer que promete como mercancía a la pura y simple promesa, termina con coincidir con la publicidad misma de la que tiene necesidad para compensar su propia incapacidad de procurar placer efectivo...Es el triunfo de la industria cultural, la asimilación forzada de los consumidores a las mercancías culturales, desenmascaradas ya en su significado.¹¹

Lo anterior se comprende al insertarse en el contexto del capitalismo, al estar, según la teoría marxista, determinada la superestructura, en donde se encuentra la cultura, por la estructura económica, y por tanto hace de la cultura una mercancía aunque con las particularidades ya mencionadas; de allí que, como hace referencia Maigret, los medios de comunicación sean en la actualidad lo que alguna vez fue la religión para Marx, el opio del pueblo.

Este enfoque crítico que propone la Escuela de Frankfurt, al relacionar el fenómeno de los medios de comunicación con el contexto capitalista, y con los procesos económicos, tecnológicos y políticos que les son inherentes, y con ello, con las relaciones de dominación, nos brinda un panorama amplio para entender los medios de comunicación de forma contextualizada.

Aunque también es cierto que esta teoría tiene deficiencias en cuanto a que solo toma en cuenta la uniformidad de los intereses a los que sirven los medios de comunicación, los de clase, según la teoría marxista en el aspecto del dominio ideológico. De la misma manera se toma al receptor en el proceso de comunicación en forma pasiva, pues este enfoque teórico se centra en un análisis macro con lo cual deja

¹¹ Ibídem, p.206.

de lado buena parte de la realidad social, lo micro, plano que no se toma en cuenta por esta teoría al estar relacionada con el análisis y la explicación macrosocial, pero que constituye un aspecto importante de la realidad social, como lo es la interacción social. Sin embargo, como enfoque teórico desde lo macro, es una alternativa para observar la acción y las consecuencias de los medios de comunicación desde la forma de industria cultural, de cultura de masas, sobre la sociedad moderna.

Para comprender este enfoque, además de su influencia teórica debe entenderse el contexto en el cual fue generado, a saber a mediados del siglo XX cuando el fenómeno de los medios de comunicación comienza a ser observado de manera crítica como parte del desarrollo tecnológico y de la influencia de éste en la vida cotidiana, tal como lo demuestra la utilización del término masa para calificar a la sociedad y la cultura del momento.¹²

Dichos fenómenos daban cuenta del despliegue técnico-científico de la modernidad incorporado a los medios de comunicación, lo cual otorgó dimensiones distintas a las que hasta entonces los fenómenos sociales y los medios de comunicación habían tenido.

De esta manera, al comprenderse el fenómeno de la expansión tecnológica a los medios de comunicación, se puede dar cuenta de la redimensionalización y conformación de fenómenos sociales nuevos, y entenderse el impacto que desde ese momento adquirieron los medios de comunicación tanto en la vida cotidiana como en el aspecto teórico.

Con ello se da cuenta de que este enfoque considera como aspecto relevante de su discurso al desarrollo tecnológico como parte del proceso que en la modernidad

¹² Concepto que si bien surge de la transformación de la percepción y conceptualización de la turba a mediados del siglo XIX, cuando comienzan a parecer las multitudes urbanas debido a la lógica del capitalismo, en la década de los treinta del siglo XX se le denomina así a la población que comienza a ensanchar a la clase media y empieza a poblar los espacios públicos, entre ellos los pertenecientes a algunos aspectos de la cultura, como el arte.

comprenden los medios de comunicación; ejemplo de estos adelantos científicos son los satélites, los cuales “facilitan la transmisión de información a grandes distancias, hasta la práctica simultaneidad en la emisión-recepción a escala planetaria. De esta forma y con esta tecnología se hacen posibles las organizaciones transnacionales a un máximo nivel de centralización y por lo que respecta a sus repercusiones en el sistema comunicativo, hace posible la aparición de nuevas formas de estructuración del espacio de recepción.”¹³

Por lo que se hace referencia a dos fenómenos que vienen aparejados con el desarrollo tecnológico en la comunicación, uno de los cuales trata el fenómeno de la reconstrucción espacial y el otro hace referencia a la centralización de la producción de la comunicación. En cuanto al primero permite la creación de ámbitos que no exigen que los horizontes espacio-temporales sean inmediatos, de manera que “la mediación técnica permite la creación de ámbitos comunicativos en el marco de la más amplia dispersión geográfica.”¹⁴

Esto mismo da cuenta de una dinámica distinta a la que el ser humano había tenido en relación con el proceso de espacialización, pues “la situación actual de innovación tecnológica, y el tipo de tecnologías que se están desarrollando introducen una relación nueva con el espacio con implicaciones de orden social y territorio.”¹⁵

La reconfiguración espacial en nuevas dimensiones, es decir, en espacios de comunicación, como menciona Eugeni en *Espacio, Economía y sociedad* respecto al encuentro de las telecomunicaciones con la informática, abre la posibilidad de la telemática, lo cual a su vez, siguiendo a este autor, hace referencia a la telepresencia, que si bien refiere a que el ser humano puede estar y actuar más allá de su ámbito

¹³ Morgas, *Sociología de la comunicación de masas*, Gili, Barcelona, 1993, p.16.

¹⁴ *Ibídem*, p.23.

¹⁵ Sánchez, Joan Eugeni, *Espacio, Economía y sociedad*, Siglo XXI, Madrid, 1991, p.263.

inmediato, también implica la ausencia física, es estar y no estar, aunque esto no restringe el que sea posible que un humano pueda ejecutar una determinada acción sin estar presente, lo cual solo puede ser posible mediante el constreñimiento, espacial y temporal, el tiempo se hace instantáneo en escala planetaria, al igual que el espacio, como lo demuestra la velocidad a la que viaja la comunicación en la actualidad, por lo que tiempo y distancia se pierden.

De esta manera se demuestra que las dimensiones espacio-temporales cambian, y con ellas la vida social, como lo menciona Thompson en *Los media y la modernidad*, al transformarse los límites espacio-temporales lo hace también el proceso de interacción cara a cara que supone una comunicación interpersonal, la cual ha sido sustituida por una comunicación mediática, una telecomunicación de cada vez mayores dimensiones. De tal forma que cambian la experiencia y la percepción del mundo que tienen los hombres, ya que estas modificaciones traen consigo la llamada experiencia mediática que menciona Thompson, pues la percepción así como la experiencia del mundo van más allá de la experiencia personal, local, "...los horizontes espaciales de nuestra comprensión se amplían enormemente, dejan de ser restringidos por la necesidad de estar físicamente presentes en los lugares en los que los acontecimientos ocurren."¹⁶

Otro cambio significativo tiene lugar en el sentido de pertenencia, pues al difuminarse los límites espaciales, pareciera que no se encuentra delimitada en el espacio y en el tiempo una determinada comunidad, pues ésta ya no se comprende como común, como un espacio compartido. Por otra parte, como menciona Thompson, sentimos que pertenecemos a comunidades construidas desde los media, es decir, desde los estereotipos que éstos generan respecto a la clasificación de un determinado grupo o comunidad.

¹⁶ Thompson, John B., *Los media y la modernidad*, Paidós, Barcelona, 2003, p. 56.

Aunque también se debe observar, que si bien el desarrollo de los medios de comunicación presupone el avance tecnológico, también es cierto que, como menciona Morgas, la implantación de la tecnología y su adquisición por parte de los usuarios, sean tanto naciones como individuos, depende de las condiciones económicas, lo cual nos refiere a un acceso diferenciado de los usuarios respecto a las innovaciones tecnológicas.

Es por esta razón por la que el avance tecnológico por sí mismo no es la única característica con la que se va desarrollando el proceso mediático de la comunicación en la actualidad, sino que en él puede observarse la confluencia de distintos ámbitos sociales que representan fenómenos sociales diferentes pero interrelacionados en un contexto determinado.

Otra cuestión a considerar, y que se entrelaza con el enfoque de análisis marxista, es el que tiene que ver con la concentración de los medios de comunicación en grandes conglomerados, llamados monopolios, los cuales obedecen en su construcción al ámbito industrial, por lo que esto refiere a una concepción de los medios de comunicación insertos en la industria cultural, al tiempo que se relaciona con el continuo avance tecnológico.

Esto, como se puede notar, tiene claramente relación con lo que menciona Morgas respecto al proceso de desarrollo tecnológico con el proceso de centralización de la producción de comunicación, al constreñirse el tiempo y el espacio, además de aparecer ante el hombre una nueva espacialización a la que se le suele denominar aldea mundial o global.

Por lo cual, la comunicación mediatizada en forma de industria al ser internacional, se encuentra básicamente concentrada en pocas manos, es decir, en pocas empresas privadas, que organizan el monopolio de la producción, la distribución y el

consumo de bienes culturales de la comunicación, lo cual, siguiendo su influencia marxista, obedece a causas históricas y económicas, aunque en la actualidad se da en un grado mayor debido a las proporciones que han alcanzado en su ámbito de influencia los medios de comunicación debido al desarrollo tecnológico.

La relación del proceso de tecnificación de diversos planos de la realidad social en la modernidad, es un punto en el que al menos en los enfoques tratados aquí tiene especial importancia, como se puede notar en la perspectiva cultural de los medios de comunicación, éste trae consigo como telón de fondo el desarrollo tecnológico, con la globalización en la comunicación, que hace de ella una mercancía que circula de manera internacional, la cual ha sido desplegada por conglomerados transnacionales que concentran, siguiendo a Thompson en *Ideología y cultura modernas*, no solo poder económico, como lo veían las vertientes de la crítica marxista de los medios de comunicación, sino que también concentran poder simbólico.

Este enfoque, como menciona McQuail en *La acción de los medios*, tiene varias escuelas, pero ningún paradigma predominante, aunque se caracteriza por su compromiso social, lo cual hace que tenga una posición crítica, al igual que pone una mayor importancia a las versiones expresivas de la comunicación, de la misma manera que introduce en su análisis métodos de decodificación, en tanto se basa en el estructuralismo y la semiología, lo mismo que introduce el método etnográfico, al implicar en su explicación el contexto sociocultural.

Este último aspecto es el que le da una especial relevancia a este enfoque, pues a diferencia de los otros, se caracteriza por “el rechazo de la noción del contenido como <<producto>> terminado: el contenido mediático solo adquiere sentido cuando se le recibe y se le interpreta”¹⁷, por lo que el interés de dicho enfoque recae en la

¹⁷ Mc Quail, Denis, *La acción de los medios*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994, p.41.

decodificación, en el receptor de mensaje y no en el emisor, quién produce el mensaje, como en los demás enfoques tratados.

Una de las interesantes vertientes que propone este enfoque es el de Thompson, para quien la comunicación es una actividad social, que se encuentra caracterizada por la producción, transmisión y materialización de recursos, de manera que su función es tanto la producción como la transmisión de formas simbólicas que pueden convertirse en bienes de consumo mediante la tecnología.

Son sustrato material de las formas simbólicas, esto es, los elementos materiales con los que, y a través de los cuales, la información o el contenido simbólico, se fija y se transmite de un emisor a un receptor. Todos los procesos de intercambio simbólico implican un soporte técnico de algún tipo... [además] permiten cierto grado de fijación de las formas simbólicas...en un medio con variados grados de durabilidad...de allí que puedan observarse como <<mecanismos de almacenamiento>>...[de la misma manera que] permiten cierto grado de reproducción...de una forma simbólica.¹⁸

Así, la tecnología al permitir el paso de la comunicación y, con ello, de formas simbólicas de una cultura a otra, la transculturalización llamada así por James Lull, conlleva a la constricción de la dimensión espaciotemporal que incide en los planos sociales, pues “la tecnología de las comunicaciones extiende enormemente la naturaleza misma del campo cultural al facilitar la interacción social que ya no es atada al espacio físico.”¹⁹

En este proceso de contacto cultural, tiene una gran relevancia el contexto específico en el que tiene lugar el proceso de decodificación del mensaje, ya que es en él en donde el mensaje se completa en cuanto es recibido e interpretado por el uso que pueda tener, utilidad que puede ser muy variada y distinta de la que originalmente fue propuesta por el productor del mensaje, pues este proceso se encuentra relacionado con un carácter de contexto.

¹⁸ Thompson, John B, *Op. Cit.* pp. 36-37.

¹⁹ Lull, James, *Medios, comunicación y cultura*, Amorroutu, Buenos Aires, 1997, p.209.

La recepción es una actividad situacional: los productos mediáticos son productos de recepción por parte de los individuos que siempre están ubicados en contextos sociohistóricos específicos. Estos contextos están caracterizados generalmente por unas relaciones relativamente estables de poder y por un distinto acceso a los recursos acumulados de varios tipos.²⁰

Esto da cuenta de que, como menciona Thompson, la decodificación del mensaje, la recepción de éste, sea de carácter hermenéutico, interpretativo, para poder dar sentido a los productos culturales que devienen de los medios de comunicación, para lo cual “al interpretar formas simbólicas, los individuos incorporan dentro de su propia comprensión de sí mismos y de los otros. Las utilizan como vehículo para reflejarse a sí mismos y a los otros, como base para reflexionar, sobre sí mismos, sobre otros y sobre el mundo al cual pertenecen”²¹. Este es el fenómeno llamado por Thompson apropiación, el cual implica la comprensión y la autocomprensión, de manera que se asimila el mensaje difundido por los medios de comunicación y se incorpora a la vida cotidiana de un contexto específico.

Respecto a ello, destaca la reflexión de Miguel Alsina correspondiente a que los medios de comunicación reproducen y legitiman un discurso de etnocentrismo, cuando menciona que “los medios suelen hacer la interpretación hegemónica o la más fácilmente consensuable... además los medios de comunicación establecen un horizonte cognitivo y emotivo por el que se establecen unas fronteras que marcan los límites entre el <<nosotros>> y el <<ellos.>>”²² Tal discurso se apoya en buena medida en la conformación de estereotipos que lo reafirman, sin embargo, según la postura de Thompson, se podría generar una cierta interpretación de las diversas culturas humanas, aún y cuando se suponga que ese etnocentrismo repercutirá decisivamente en el proceso de apropiación de las culturas.

²⁰ Thompson, John B., *Op. Cit.*, p. 63.

²¹ *Ibíd.*, p. 66.

²² Alsina, Rodrigo, *Comunicación intercultural*, Anthropos, Barcelona, 1999, p.85.

Otro enfoque es la teoría lazarsfeldiana, o de los efectos límites. En ella, Lazarsfeld sostiene el análisis de los medios de comunicación en su influencia sobre la opinión pública, como parte de sus investigaciones sobre el voto en las elecciones. Lazarsfeld consideraba que había un ámbito más allá de la elección individual y de los medios de comunicación, por lo que al analizar el fenómeno electoral se basó en la clase, la pertenencia geográfica y la religión de la muestra en estudio, por lo cual se puede notar que le dio una mayor importancia a la comunicación interpersonal que a la comunicación mediática, como definitoria de los fenómenos sociales, pues “el flujo de comunicación no es unidireccional, no directo, enfocado a un solo receptor, es en realidad de dos pisos e indirecto.” Con ello, se puede dar cuenta de una relación un poco más cercana con la corriente cultural, que con los demás enfoques teóricos.

Los mensajes son interpretados y contextualizados por los individuos que utilizan filtros cognitivos que les sirven para seleccionar, eliminar, modificar, incluso distorsionar la información que no desean recibir. El poder más grande es ante todo el de escoger si recibe o no estos mensajes, puesto que la exposición selectiva a los medios y a los programas es función del interés social y personal que les conferimos.²³

De esta manera, se puede observar a esta postura teórica como una alternativa a considerar la acción de los medios de comunicación en su carácter de comunicación directa y unilateral, al conferirle más importancia a la interacción social, proponiéndose de esta forma que los individuos hagan a los medios y no al revés, y con ello, como menciona Maigret, que los medios de comunicación aparezcan como servicios públicos de los que el público tiene la capacidad de hacer su selección.

La tesis de la omnipotencia de los medios aparece errónea y la idea de que la sociedad estaría atomizada es sencillamente irracional. Los efectos de los medios son indirectos y limitados, filtrados por las capacidades cognitivas de los individuos, difundidos horizontalmente a través de las redes y no verticalmente del emisor hacia el receptor.²⁴

²³ Maigret, Eric, *Op. Cit.* p.129.

²⁴ *Ibíd.*, p.133.

Es esto mismo lo que permite observar que el análisis de la ideología se ha dejado de lado, pues lo que interesa no es la forma manipuladora de los medios de comunicación hacia los individuos, sino la respuesta diversa de éstos y la manera en que afectan los medios; sin embargo, se puede notar que al menos en la mayoría de los enfoques mencionados perdura la concepción de una industria mediática, cultural, que se encarga de la producción, distribución y materialización de bienes culturales; de la misma manera que alude a una cultura mediática característica de la modernidad, la cual alcanza dimensiones internacionales debido al desarrollo tecnológico, al redimensionar los horizontes espacio temporales.

Sin embargo, no se puede dejar de lado la importancia de observar a los sujetos como agentes, aunque no sea así según el discurso del entretenimiento; es decir, en un enfoque que pretenda comprender a la realidad en su complejidad, no se puede privilegiar ni una parte de la realidad mediática ni otra, sino debe crearse una confluencia de las dos, pues de otra forma no podría darse cuenta de la realidad que plantea la modernidad en el aspecto de los medios de comunicación.

b) La vinculación de los medios de comunicación con las relaciones de poder

Al encontrarse referida la comunicación como un tipo especial de acción que tiene lugar en un contexto social específico, tal como la define Thompson, se logra comprender su relación con el poder, con las diferentes formas en que “la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y de afectar a sus resultados”²⁵ se expresa, y al mismo tiempo que “permiten establecer relaciones

²⁵ Thompson, John B., *Op. Cit.*, p.29.

relativamente estables o redes de poder y dominio entre individuos, y entre grupos de individuos.”²⁶

Siguiendo a este autor, existen cuatro formas de poder: económico, político, coercitivo y simbólico, pero si bien éstos “reflejan los diferentes tipos de actividades en los cuales los seres humanos están implicados con frecuencia, y los diferentes recursos que emplean en el ejercicio del poder. Sin embargo, en realidad, estas formas diferentes de poder se solapan con frecuencia detrás de complejas y cambiantes formas.”²⁷

En lo que refiere al poder económico, éste posee recursos materiales y financieros, pero también instituciones encargadas de ejercerlo en la realidad social, pues es aquel que se deriva de la actividad humana productiva, es decir, de la actividad que se ocupa de abastecer los medios de subsistencia para consumirse o bien intercambiarse en el mercado, además de implicar el uso y la creación de varios tipos de material y recursos financieros, los cuales pueden ser acumulados por individuos y organizaciones con el propósito de expandir su actividad productiva y, al mismo tiempo, sirven para incrementar su poder económico.

Respecto al poder político, éste se encuentra ligado a “la actividad de coordinar a los individuos y regular los patrones de su interacción”²⁸, y aunque en todas las organizaciones sociales se encuentra presente en cierto grado, es en las instituciones políticas donde principalmente puede identificarse este tipo de poder, ya que el recurso que necesita para manifestarse es la autoridad.

Expresión de ello en la realidad social lo conforman las instituciones políticas tales como el Estado, que se caracteriza por concentrar territorialmente el poder político, el cual defiende contra amenazas internas o externas mediante el uso del poder coercitivo, con ello mantiene el monopolio legítimo de la violencia, “el poder coercitivo

²⁶ *Ibíd.*, p.29.

²⁷ *Ibíd.*, p.30.

²⁸ *Ibíd.*, p.32.

supone el uso, o la amenaza de utilizar, la fuerza física para someter o vencer a un oponente. La fuerza física puede aplicarse de varios modos, con diferentes grados de intensidad y con resultados diferentes.”²⁹ Este tipo de poder también puede ser ejercido por otro tipo de instituciones como las militares, policíacas, etc.

El Estado emplea además otro tipo de poder, el simbólico o cultural, el cual “procede de la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas.”³⁰ Los recursos, para ejecutar este tipo de poder, son variados:

Incluyen los medios técnicos para la fijación y transmisión, las habilidades, competencias y formas de conocimiento empleados en la producción, transmisión y recepción de información y contenido simbólico (lo que Bordieu llama <<capital cultural>>); y el prestigio acumulado, reconocimiento y respeto otorgado a determinados productores e instituciones (<<capital simbólico>>).³¹

Este tipo de poder, al formar parte de un contexto social específico en el que tienen lugar ciertas interacciones sociales, se encuentra interrelacionado con las demás formas de poder.

Los individuos están constantemente dedicados a la actividad de expresarse de forma simbólica e interpretar las expresiones de los otros; están constantemente comprometidos en la comunicación entre unos y otros e intercambiando información y contenido simbólico...Al producir formas simbólicas los individuos, emplean...recursos con el fin de llevar a cabo acciones que podrían interferir en el decurso de los acontecimientos y desencadenar consecuencias de varios tipos. Las acciones simbólicas podrían dar lugar a un incremento de las reacciones, podrían llevar a otros a actuar o responder de determinadas maneras, y dar preferencia a un tipo de acción antes que a otro...el término <<poder simbólico>>... [se refiere a] esta capacidad de intervenir en el transcurso de los acontecimientos, para influir en las acciones de otros, y crear acontecimientos reales, a través de los medios de producción y transmisión de las formas simbólicas.³²

La expresión institucional del poder simbólico, al abarcar la producción y difusión simbólica, comprende el conjunto de instituciones que han dado forma a las

²⁹ *Ibíd.*, p.32.

³⁰ *Ibíd.*, p.33.

³¹ *Ibíd.*, p.34.

³² *Ibíd.*, p.34.

características de la producción simbólica en las sociedades actuales. Entre éstas se encuentran:

Las instituciones religiosas, que se ocupan básicamente de la producción y difusión de formas simbólicas relacionadas con la salvación, los valores espirituales y otras creencias...instituciones educativas, que se ocupan de la transmisión de los contenidos simbólicos adquiridos (conocimiento) y la inculcación de habilidades y competencias; y las instituciones mediáticas, que se orientan hacia la producción y difusión generalizada a gran escala de formas simbólicas en el espacio y tiempo.³³

De manera que de acuerdo a esta clasificación que hace Thompson, basándose en la que elabora Michael Mann, se puede dar cuenta que el poder simbólico no se expresa de forma aislada, sino que lo hace en continua relación con los demás tipos de poder, situación que se presenta en el caso del Estado.

La violencia puede dar a luz a un poder de hecho, pero no puede ni suscitar ni perpetuar por sí sola el consentimiento. Esto último supone una “dominación simbólica” (Weber), mediante la cual, los sometidos incorporan los principios de su propia sujeción. Esta adhesión hace que la autoridad sea “natural”, lo cual, en reciprocidad, hace “obligatoria” la adhesión. Si bien la institución estatal acompaña relaciones de fuerza materiales, las más de las veces de interés económico, funciona en sí misma como un fenómeno de creencia.³⁴

Esto, como puede notarse hace referencia a la legitimidad y con ello, a la tarea de renovación de ésta por parte del Estado, pues el poder coercitivo no es garantía para conservar el poder político, ya que se necesita que éste sea legítimo, por lo cual resulta necesario el poder simbólico, es decir, la producción de formas simbólicas que garanticen su permanencia, ya que con ello el Estado, como lo menciona Debray, se hace ver y escuchar, mediante la difusión de formas simbólicas reguladas por éste a través del espacio de su dominio.

Dichas formas pueden ser muy variadas, lo cual depende de su fuente de producción pero también del contexto social en el que éstas se insertan, de allí que no

³³ *Ibíd.*, p.35.

³⁴ Debray, Régis, *El Estado Seductor; las revoluciones mediológicas del poder*, Manantial, Buenos Aires, 1995, p.59.

exista en la actualidad una sola forma simbólica de la que se valga el poder político, en este caso el Estado, pero tampoco alguna cuyo carácter sea distinto al que tuvieron en otro tiempo y espacio otras formas simbólicas.

Lo que explica la frivolidad de las denuncias en boga del “Estado espectáculo”. Son las modalidades del “espectáculo” las únicas que hacen época y sentido...Puesto que una lógica de dominación depende siempre de una logística de los símbolos, y no se puede acceder a la primera sin pasar por la segunda. Puede sostenerse que la tele “no cambia nada y lo transformó todo”, como ya lo decía Rudolph Hirsch del impreso para los años 1450-1550. En verdad, no cambió nada de la obligación de persuadir, propia de todo poder establecido, a fortiori, democrático. La televisión no inventó ni desinventó la retórica como ejercicio de la palabra persuasiva. La redefinió, como el libro impreso lo hizo con “el arte de la memoria”, y en particular, con las normas dos veces milenarias de la transmisión escolar de los saberes...La dominación del hombre por el hombre, único animal simbólico de la clase de los mamíferos, supone la intervención de símbolos desde el momento en que ya no es coerción pura y simple...Así, pues las relaciones de información no existen al margen de relaciones imaginarias de dominación simbólica.³⁵

De allí que se note un cambio de formas simbólicas a lo largo de la historia, como proceso de transformación que se enlaza con los demás factores sociales, y por lo cual, forma parte de los cambios históricos de la humanidad. Es por ello, que en cada etapa histórica de acuerdo a sus características, las instituciones culturales encargadas de la producción simbólica adquieren ciertas especificidades que dan cuenta tanto de su transformación histórica y de la legitimación de la concentración del poder político.

A cada mediaesfera corresponde en Occidente una máquina crucial de transmisión: la Iglesia, la escuela, la tele. La logosfera había producido el soberano fabulador. La grafosfera engendró el Estado educador; la videosfera, El estado seductor. Para el orgullo del Estado, la historia de las técnicas de transmisión es una lección de humildad.³⁶

De esta forma se puede notar que el autor hace esta división temporal al mostrar como las diferentes mediaesferas se transforman, es decir, como la logosfera da entrada a la grafosfera con la imprenta, la cual a su vez da paso a la videosfera, se interceptan con diferentes modelos políticos, pues a la primera mediaesfera le

³⁵ Ibídem, pp.60-61,64.

³⁶ Ibídem, p.58.

corresponde la monarquía feudal al tener como característica la religión a la grafosfera, por otro lado, corresponde tanto la monarquía absoluta como a la república, en el contexto de la modernidad, teniendo como características la razón y el progreso, y con ello el avance tecnológico, como parte del camino hacia la verdad, donde la finalidad de la producción simbólica es educar.

En tanto que el tercer momento, el actual, al cual corresponde según Debray, la videosfera, se vincula con la democracia En esta etapa toda forma de relación social se encuentra mediatizada, la forma de alienación en ella se manifiesta a través de la manipulación, además de ser donde las barreras de tiempo y el espacio se han desvanecido y la principal función de la producción simbólica es distraer.

Con ello se puede dar cuenta de que “a cada mediaesfera, su ámbito y su mito. En cada período se delira el dispositivo que asegure al hacer saber y al hacer creer el rendimiento máximo.”³⁷ Sin embargo, también pueden notarse algunas similitudes entre el Estado educador y el Estado seductor, según Debray, observándolos desde una perspectiva moderna.

El Estado educador es de tendencia “progresista”; el Estado seductor, de tendencia “conservadora”...la educación es un mito de izquierda; la comunicación, un mito de derecha. La primera de estas supersticiones ve en el hombre, en primer lugar, un ser de razón, eminentemente perfectible, hecho para juzgar bien y deliberar de consumo; la segunda, un ser de necesidad consagrado en primer lugar a poseer e intercambiar mercancías.³⁸

Por lo cual, puede notarse que ambos discursos se encuentran inmersos en un contexto no tan contradictorio, pues conforman partes complementarias del pensamiento moderno, ya que por una lado se confía ciegamente que la razón dará cuenta de la verdad y posibilitará la realización del hombre mediante la educación, lo cual, da como resultado el ejercicio de la ciencia; en tanto que por el otro, se da cuenta de la visión

³⁷ Ibídem, p.70.

³⁸ Ibídem, p.83.

conservadora de la modernidad, centrándose en el ser humano como eslabón en las relaciones económicas, es decir, al ser observado como cliente.

De manera que se puede dar cuenta que mientras por una parte tenemos la tradición crítica de la modernidad, del orden social, en el otro tenemos su mantenimiento, perpetuando y acentuando las relaciones económicas, por lo cual es entendible que “el estado publicitario tal vez no tenga anunciantes exteriores; pero sí un producto para vender, preceder por naturaleza pero cuya vida debe prolongar al máximo: un gobierno.”³⁹

Sin embargo, también su relación respecto a la información es una característica común independiente de la temporalización, pues “la información fue en todas las épocas un medio de gobierno... Todo gobierno está obligado a ser el primer informado, para estar en condiciones de que la información repercuta, o no, sobre el gobernado.”⁴⁰

Por esta razón, puede notarse que esta postura tiene relación respecto a la del marxismo, en cuanto análisis de capitalismo, pues en el caso del Estado no solo sería la concentración de poder político, coercitivo y simbólico, las características que le dieran forma, sino también, y principalmente, el poder económico, siendo de esta manera que estuviera relacionada la producción de formas simbólicas, es decir, el poder simbólico, con las demás formas de poder, como lo muestra la relación de éstas con la legitimación del poder político, ya que “aun ya estando en el poder, todo gobierno debe ganarse una cuota de poder cada día.”⁴¹

Esto mismo es observado por la teoría marxista desde el ángulo de la dominación de clase, desde el aspecto económico, como lo decía Marx, “las ideas de la clase dominante son las ideas dominantes en cada época; o dicho en otros términos, la clase

³⁹ *Ibíd.*, p.91.

⁴⁰ *Ibíd.*, p.92.

⁴¹ Izurieta, Roberto et Al., *Estrategias de comunicación para gobiernos*, La Crujía, Buenos Aires, 2002, p.79.

que ejerce el poder material dominante en las sociedades, al mismo tiempo su poder espiritual, dominante.”⁴² Esto se puede entender en un contexto capitalista como el actual.

La clase gobernante a través de sus aparatos de Estado, regula y atenúa dichas contradicciones [las propias del capitalismo] con objeto de crear y conservar las condiciones de equilibrio que requiere la existencia, reproducción y transformación de capital...los aparatos ideológicos ...se convierten en las instancias políticas más importantes para conservar la nivelación de la formación social. Se transforman así en instrumentos dominantes de fundamental relevancia para la reproducción coyuntural del sistema...El estado capitalista contemporáneo, ante la necesidad de aplicar su política de dominación cultural paralelamente a su proyecto global de sujetamiento social, se ve obligado permanentemente a crear y seleccionar las instituciones superestructurales más apropiadas para difundir e inculcar su racionalidad de dominación. Dicha introyección tiende a realizarse, lo más extensa e intensamente posible...Ello significa que para existir como tal, el estrato dirigente, además de tener que revolucionar constantemente sus formas de acumulación de capital y sus mecanismos de control político, está forzado a modernizar su infraestructura material y cultural de legitimación histórica.⁴³

Para llevar a cabo este objetivo del Estado dentro de la teoría marxista no solo es necesaria la creación de un aparato cultural, como menciona Esteinou en *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, sino de todo un complejo cultural que sostenga el poder del Estado, es decir, de la clase dominante que es finalmente la protegida del Estado argumentando encarnar el interés general, imponiendo así un modo de vida a la sociedad.

Respecto al análisis histórico, se puede notar una confluencia respecto a Debray, ya que en primera instancia se considera un aparato cultural religioso durante la Edad Media, en una fase premonopolista del capitalismo, en donde se puede notar que el aparato cultural se encuentra conformado por la escuela, mientras que se observa en su forma monopólica un aparato conformado por la cultura de masas, en sentido de la

⁴² González, García Frank, *Prensa Latina: una experiencia alternativa*, 20 de mayo 2007 <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=51105>>, [consultado el 25 de mayo de 2007]

⁴³ Esteinou, Francisco Javier, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, Trillas, México, 1992, pp.17-18.

Escuela de Frankfurt, como industria cultural, que comprende todo el avance tecnológico incorporado a los medios de comunicación, como la radio, el cine, la televisión, la prensa, los satélites, entre otros.

De esta manera, como refiere Esteinou, dichos aparatos forman parte de la construcción de hegemonía de un Estado, de su legitimación, pues “su función consiste en implantar el programa primordial de articulación, sujetamiento, conducción e identificación cultural que requiere la estabilidad política y económica del sistema social.”⁴⁴

Aunque también son de utilidad para dicho sistema cuando éste se encuentra en peligro o en crisis, pues “en los momentos de crisis y anarquía social, las facciones dominantes requieren hacer uso estratégico de los aparatos de difusión para corregir el rumbo político que adopta el conjunto social”⁴⁵ y de esta manera garantizar la estabilidad del orden social.

Es por ello que especialmente hablando del aparato de cultura de masas, el desarrollo tecnológico siendo una característica clave de éste, logra que “la cobertura simbólica que alcanzan las relaciones de poder que reproducen, la transnacionalización de los hábitos que fomentan”⁴⁶ establezcan las características del aparato ideológico, pues de esta manera se logra una amplia cobertura de transmisión discursiva, como menciona Esteinou, continua y acelerada, sustentada en los medios de comunicación en la etapa actual, pues “los medios de comunicación de masas se han convertido en los principales aparatos hegemónicos del estado capitalista avanzado.”⁴⁷

Dicha situación de hegemonía ya era vislumbrada por Gramsci a principios del siglo XX, al notar que “la prensa y la incipiente radio en Italia tenderían a convertirse en

⁴⁴ *Ibíd.*, p.20.

⁴⁵ *Ibíd.*, p. 71.

⁴⁶ *Ibíd.*, p.39.

⁴⁷ *Ibíd.*, p.40.

las principales instituciones productoras de consenso social”⁴⁸, con ello se da cuenta de la creación de un consenso ideológico para lograr el cometido de establecer “la ideología de clase en el poder en la principal ideología dominante del conjunto social”⁴⁹, generándose de esta manera “los nuevos aparatos de la hegemonía dominante que, en forma prioritaria modelan y dirigen la sociedad civil...las tecnologías de información se han convertido en los principales aparatos de consenso, porque a través de éstos se produce un nuevo y amplio proceso de educación cotidiana sobre los individuos.”⁵⁰

No obstante, no solo son instrumentos de una clase dominante, sino que “son las instituciones constructoras de la principal conciencia colectiva que relaciona a los individuos con la realidad”⁵¹ aunque esto no quiere decir que sean totalmente determinantes, pues “la visión del mundo que transmiten los aparatos de comunicación es filtrada por la posición de clase, el grado de cultura, la situación económica, el origen étnico, la vida cotidiana, el equilibrio afectivo, etc., de cada persona que lo recibe,”⁵² es decir, importa el contexto histórico social en el que se recibe.

De esta manera puede darse cuenta de que si bien los medios de comunicación forman parte del sustento de poder del Estado y que al mismo tiempo vinculan los demás poderes al que de ellos emana, el poder simbólico, también es cierto que en la actualidad puede observarse que “...se ha pasado de la comunicación del poder a lo que hoy se llamaría el poder de la comunicación...Hoy la comunicación política construye el poder. No se obtiene poder por ser presidente, por ser electo, por ocupar un cargo, sino que en gran medida ese poder hay que ganárselo constantemente.”⁵³

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Ibídem, p.51.

⁵⁰ Ibídem, pp.43-44.

⁵¹ Ibídem, p.46.

⁵² Ibid.

⁵³ Izurieta, Roberto et Al., *Op. Cit.*, p.80.

Por lo cual puede notarse que la comunicación forma parte de un proceso del poder que va del originalmente dado al que se construye y constantemente necesita de la legitimación para poderse obtener y mantener, para lo cual la comunicación política ofrece una posibilidad, tal como puede notarse en la campaña política o en la comunicación de gobierno, como menciona Felipe Noguera, de allí la necesidad del gobierno de comunicar.

En este aspecto puede notarse una postura que retoma a los medios de comunicación como parte de una democracia, tal como la postura de Teodoro Luque en *Marketing político. Un análisis del intercambio político*, al tomar al proceso de comunicación política como un proceso que integra a toda la sociedad, y por tanto afecta a toda ésta, o como se menciona en otro sitio “los medios siguen constituyendo un pilar fundamental en nuestras democracias a través de ellos se vértebra cada día la esfera pública de nuestras sociedades y el público se provee de información esencial acerca de su entorno.”⁵⁴

Sin embargo, la realidad puede proporcionarnos la parte contraria aludiendo a una falta de concordancia entre la democracia y los medios de comunicación, como prueba de ello se encuentra su actuar en la vida cotidiana, cuyo papel está ligado principalmente al de una mediocracia, como parte de su hegemonía en la actualidad, que pareciera otorgarle a los medios de comunicación un poder independiente respecto de otros, los cuales según Trejo Delarbre revisten hoy la forma de conglomerados mediáticos mundiales. Son éstos en conjunción con las elites políticas las que para Danny Schechter conforman la mediocracia, y así “un sistema político atado al sistema mediático.”⁵⁵

⁵⁴ Aznar, Hugo, *Ética de comunicación y nuevos restos sociales, Códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona, 2005, p. 19.

⁵⁵ Trejo, Delarbre Raúl, *Los poderes Salvajes, Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México, 2005, p. 17.

De esta forma puede entenderse algo parecido a la conjunción poder político y poder simbólico, como parte de las relaciones entre poderes, pero en este caso se hace énfasis al cercamiento, a la atadura de los medios de comunicación respecto al poder político formal, el del Estado, dando paso a una política mediatizada, atrapada en ellos.

“<<La política cautiva y mediatizada es víctima>> y asume los rasgos de una nueva lógica con rasgos como los siguientes: gran concentración de la propiedad, tecnología informativa altamente compleja, estandarización y uniformidad de la comunicación y la cultura, discurso unidimensional orientado a un objetivo determinado información homogéneamente manipulada, desigual, desequilibrada y mercantilizada. La lógica que se impone entonces en el desempeño de los medios es la <<del espectáculo a la cual debe ajustarse todo discurso; instantaneidad, espectacularización, fragmentación, simplificación, teatralización de golpes de efecto, banalización de la información... [de manera que terminamos]. Convertidos en ciudadanos de una mediocracia, nos transformamos en prisioneros de una información mediatizada que se concibe como una mercancía sometida a la lógica del mercado de consumo y participamos del Show como sistema político. La política mediatizada, al servicio de estos nuevos actores y de legitimidades que trascienden el ámbito de lo político, nos confronta a una praxis que limita nuestras posibilidades como ciudadanos de una democracia, que es la elegir libremente.”⁵⁶

Es así, como queda un poco más claro que no se tiene un contexto de democracia en un panorama como el actual, donde los medios de comunicación siguen la lógica del capital y el poder político al estar controlado y “secuestrado” por los medios no es auténtico, lo cual obstaculiza la capacidad de una construcción ciudadana democrática.

Tal situación muestra el carácter político actual más cercano a la mediocracia que a la democracia, al ser la primera “una nueva forma de gobierno, dominada por los medios de masas”⁵⁷, esta transformación también puede notarse respecto al poder económico, pues “quienes seleccionan las informaciones se convierten en administradores del dominio simbólico de las masas...es el productor el que produce al consumidor”⁵⁸, al ser la información una mercancía en el contexto del orden capitalista.

⁵⁶ *Ibíd.*, p. 17-18.

⁵⁷ Trejo, Delarbre Raúl, *Op. Cit.*, p. 21.

⁵⁸ Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, México, 2001.pp.134, 143.

La mediocracia es la preponderación de los medios sobre los organismos y los espacios institucionales del quehacer político, que privilegia los intereses corporativos y mercantiles-pero también específicamente políticos- de las grandes compañías de comunicación de masas y con un uso habitualmente intensivo de nuevas tecnologías de información.⁵⁹

Es por ello, que pueden notarse diferencias entre mediocracia y democracia, como lo menciona Pablo Antillano para quien los medios se han convertido en jueces, en poseedores de toda verdad frente a cualquier poder político.

Los medios masivos a) construyen el hecho político, b) acaparan el espacio público y configuran la opinión pública, c) son un árbitro de acceso a la existencia política se constituyen en el referente de la dinámica política y estatal e) legitiman o deslegitiman al sistema político, f) fiscalizan el poder, g) median la relación entre el sistema político y la ciudadanía, y h) fortalecen el televínculo y debilitan el vínculo partidario. En síntesis: el homo politicus abandona el ágora pública para insertarse en la Atenas mediática.”⁶⁰

Respecto a ello, se puede dar cuenta de que en la actualidad “los medios de comunicación...constituyen el poder más extenso y posiblemente más sutil en cultura política”⁶¹ pero, en contra de esta posición de observar a los medios de comunicación como cuarto poder, se encuentra la que los observa solo como mediadores de una relación entre Estado y sociedad, es decir, como servidores públicos.

Los medios de comunicación no son recursos de poder. En todo caso no pueden reclamar legítimamente un derecho tal, sino que prestan servicios de mediador, crean opinión pública y acompañan críticamente los procesos de comunicación social. No se representan un poder independiente que se estableciera como cuarto poder junto a las instituciones del estado constitucional.⁶²

Sin embargo, también debe prestarse atención al tipo de construcción cultural actual, es decir, una cultura del infoentretenimiento, en la cual se encuentran insertos los absurdos más grandes.

⁵⁹ Trejo, Delarbre Raúl, *Op. Cit.*, p. 22.

⁶⁰ *Ibíd.*, p. 20.

⁶¹ Hokmeister, Josef Wilhelm, *Medios de comunicación, democracia y poder*, Centro Interdisciplinario de Estadística sobre el Desarrollo Latinoamericano, Buenos Aires, 1995, p.44.

⁶² *Ibíd.*, pp.44-45.

Permite convivir democracia con caricaturas, la política con la diversión, el juego y las narraciones...Lo que da como resultado una democracia caricaturizada. Al fin y al cabo una información para entretener. La fórmula contempla la producción de la noticia bajo parámetros de producción y difusión de lo espectacular.⁶³

Es por esto mismo, como ya se mencionaba, que se conforma un contexto en el que resulta sumamente difícil la participación como ciudadano, ya que como menciona Joseph Rota en el artículo *El papel de la comunicación en el desarrollo de la democracia*, no se le proporciona ninguna herramienta de participación al ciudadano, y que por tanto, pudiera con base en ello tomar decisiones, lograr cambios, lo cual aplaza esta actividad, esta concepción del individuo como sujeto y prolonga el orden social.

La información poco relevante para el desarrollo democrático...la enorme abundancia de información que circula parece ser más adecuada para mercantilizar a la sociedad y narcotizarla con abundantes dosis de entretenimiento y material para la evasión que para politizarla y <<empoderarla>> con contenidos necesarios para la participación política y el activismo democrático.⁶⁴

De esta manera se puede dar cuenta como lo menciona Rodrigo Browne en el artículo *Comunicación indisciplinada: iconografía e inconorrea en los medios de (in) comunicación*⁶⁵, que la acción de los medios es la de ser medios comunicantes.

Además de ello, localizándose en el contexto del capitalismo, como menciona Habermas en *Opinión Pública*, los medios de comunicación tienen un significado de clase y se encuentran los intereses propios del Estado, al estar la legitimación dentro de las funciones de los medios de comunicación, lo cual implica la formación de

⁶³ Zermeño, Flores Ana Isabel, "Infoentretenimiento y tecnologías globalizantes", *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31601209&veNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], diciembre, año/Vol. VI, número 012, Universidad de Colima, México, 2000, p.160.

⁶⁴ Rota, Joseph, "El papel de la comunicación en el desarrollo de la democracia", *Investigación y Desarrollo*, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26812202&CveNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], Vol. 10, Número 2, Universidad del Norte, Colombia, 2002, p. 130.

⁶⁵ Ver: Browne, Rodrigo, "Comunicación indisciplinada: iconografía e inconorrea en los medios de (in) comunicación", *Revista Austral de Ciencias Sociales*, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=45901106&CveNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], diciembre, número 11, Universidad de Chile, Santiago, 2006, pp. 101-114.

hegemonía de este mismo pues su base es el consenso de la dominación, de manera que “el poder hegemónico está representado en los medios, lo que los convierte en espacio privado.”⁶⁶

Los medios de comunicación no solo tienen esta característica pues construyen la realidad social a partir de ellos, en cuanto “la imagen del mundo que se estructura a partir de los mensajes de los medios de comunicación es una construcción social de la realidad, determinada no solo por la ideología y los intereses de los individuos sino también de los propios medios.”⁶⁷

Con ello se da cuenta de que mientras los medios cumplen su cometido de entretener y crear realidades inciden en otras formas de poder, como en el simbólico que ayuda a consolidar el poder político y el económico.

Los medios son <<fabricantes de consentimientos>> porque están comprometidos con el orden social del que son beneficiarios, y fomentan indiferencia y apatía política impidiendo el pensamiento y la acción independientes de las masas. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos, valores, creencias, y códigos de comportamiento, que les harán integrarse a las estructuras institucionales de la sociedad.⁶⁸

Es por esta misma razón que forman parte de los poderes fácticos, pues éstos se derivan del manejo de lo simbólico y se relacionan con otro tipo de poderes, de la misma manera que éstos al igual que cualquier otro poder fáctico se caracteriza por no tener regulación institucional directa a pesar de tener un gran impacto en el interés público.

Así, puede observarse que el vínculo que se encuentra entre las relaciones de poder y los medios de comunicación es compleja, no se acaba con mencionar que éstos

⁶⁶ Aparicio, Héctor, “Medios de comunicación y opinión pública en la sociedad democrática”, Revista venezolana de ciencias sociales [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/sic/inicio/ArtPdfRed.jsp?!Cve=31601209&CveNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], año/ vol. 8 Número.002, Universidad nacional Experimental Rafael María Baralt, Cabimas, 2004, p.325.

⁶⁷ Habermas, J., *Historia y crítica de la opinión pública*, Gili, México, 1994. p.155.

⁶⁸ Aparicio, Héctor, *Op. Cit.*, p.325.

producen un poder propio, simbólico, pues también se encuentran vinculados con otras formas de poder, el político, el coercitivo y el económico, los cuales se materializan en el Estado, lo cual no subordina a los medios de comunicación a los intereses del Estado, ni tampoco al puro interés económico, o desde cualquier otro poder, pues esta visión sería reduccionista, sino más bien se encuentra entrelazado con todos ellos de una manera especial, lo cual da cuenta de las características de la estructuración del poder en la realidad social actual.

c) Efectos de los medios de comunicación en los procesos políticos en las sociedades modernas.

En la actualidad, aún y cuando forman parte de nuestra vida cotidiana, sigue sorprendiendo la incidencia de los medios de comunicación en la realidad social, tal como puede observarse en el aspecto político, este fenómeno ha sido llamado por autores, como Wolfgang Donsbach, mediocracia.

Es el indicador terminológico del cambio tan dramático que ha experimentado la relación entre la política y los medios de comunicación a lo largo de las últimas décadas. Las instituciones de masas, hasta la mitad de este siglo no eran casi mencionadas en los tratados sobre sistemas políticos, se han convertido hoy por hoy, para algunos autores, en elementos constitutivos de los sistemas democráticos.⁶⁹

Aunque, esto no quiere decir que no tenga relación alguna este fenómeno respecto a los veinte o treinta años en los que éste viene manifestándose, sino que más bien la relación histórica entre medios de comunicación y política ha dado lugar a diferentes características de este fenómeno, el cual por esta razón puede ser observado más que como fenómeno, como proceso, tal como lo refiere Kepplinger al dividir en tres etapas dicho proceso social, refiriéndose cada una de ellas a distintas formas de sistema político, a saber: el absolutista, el constitucionalista y el democrático parlamentario.

⁶⁹ Wolfgang Donsbach, "Contenidos, utilización y efectos de la comunicación política", en Muñoz, Alonso Alejandro el Al., *Comunicación y política*, Universitarias, Madrid, 1995, p, 41.

Mientras duró el *arkanpolitik* del absolutismo, política y medios no guardaban relación funcional alguna con el sistema político. En la época del constitucionalismo comenzaron a borrarse los límites. Los políticos utilizaron los medios para sus propósitos y los periodistas convirtieron las informaciones políticas en el tema de mayor importancia de sus reportajes. Durante ese mismo periodo empezaron a darse, además fluctuaciones entre los papeles profesionales en política y medios. Definitivamente en la democracia parlamentaria las fronteras se han difuminado todavía más. Los políticos necesitan ahora también de los medios como fuentes de información, y éstos necesitan a los primeros para influir sobre la población y sobre otros políticos con sistemas y argumentos. La política y el consenso político se establecen en y a través de los medios de comunicación.⁷⁰

De manera que se puede dar cuenta del papel fundamental de los medios de comunicación para el ámbito político en las sociedades actuales tanto como espacio de suministro de información para las figuras políticas, como un espacio de poder, al conformarse la legitimación de éste. Con ello brinda la capacidad de atribuir virtudes y defectos a los políticos, al mismo tiempo que otorga un espacio para construir la política y por esta razón para la creación de consenso, aunque también implícitamente para la formación de una opinión pública, tal como lo menciona Donsbach.

Como parte de la explicación de los motivos que han llevado a una relación más estrecha entre medios de comunicación y poder político, se encuentran dos principales, según Donsbach, el primer factor es el cambio de interés de la población por la política, el segundo factor son las diferencias en el carácter de procesos políticos y en las personalidades de los políticos respecto a épocas anteriores y con ello el cambio del ámbito de legitimación política.

Debido a la transferencia existente de las resoluciones de conflictos políticos al escenario de los medios públicos, que han hecho válido otro tipo de criterio del éxito político, es decir, el publicitario. Este ha llevado, entre otras cosas, a un nuevo tipo de político, a quien Schesky llama el <<hemipensador público>> porque encarrila fundamentalmente la política hacia la obtención de poder y aprobación.⁷¹

⁷⁰ Ibídem, p. 41.

⁷¹ Ibídem, p. 42.

Esta relación entre medios de comunicación y sistema político puede encontrarse en la comunicación política, la cual consiste en “el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen la legitimidad para expresarse públicamente sobre la política y que son los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos.”⁷² Dicho espacio lo concretiza Donsbach, en tres procesos: la elección de los contenidos políticos de los medios de comunicación, la utilización de tales contenidos por el público, por los ciudadanos, y el efecto de éstos en tanto conocimiento, actitudes y comportamiento político.

En el primer aspecto que considera este autor, la elección de contenido, se encuentra relacionada a cuestiones individuales, es decir, del periodista, al ser dicha elección realizada por él; en ella, tienen lugar tanto los intereses individuales como los motivos profesionales, como la ética profesional, la cual depende principalmente de la institución en la que labora, de manera que se mezclan los objetivos de las empresas y las limitaciones en las que trabaja el periodista con sus motivos personales, asimismo influye el contexto social, en lo que respecta a los intereses ideológicos, a la cultura política y a la libertad de expresión.

Con ello se da cuenta de que la información que se selecciona se encuentra sesgada tanto por la parte individual del periodista como por la influencia social en él, por lo que queda claro que no puede otorgarse una fotografía en sí de la realidad social, en este caso del panorama político, sino más bien interpretaciones de éste, en el que tienen cabida los factores señalados, los cuales ofrecen una visión de la realidad social que corresponden a intereses y valores particulares.

Otro de los aspectos a considerar, es el que corresponde a la utilización de los medios por parte del público, es decir, a quién se destina la información seleccionada.

⁷² Montenegro, Sofía, *Los medios de comunicación como actores políticos en Nicaragua: los periodistas, los medios y el poder*, Centro de Investigaciones de la Comunicación, (CINCO), Managua, 2007, p. 225.

Sobre este aspecto, cabe señalar, que tiene una utilización peculiar en el aspecto cognitivo, pues “los medios de comunicación de masas constituyen, con diferencia, la fuente más importante de nuestra aprehensión de la realidad...la mayor parte de nuestras cogniciones provienen crecientemente de las crónicas informativas de los medios”⁷³, como diría Lippman, constituyen la imagen que tenemos en la cabeza acerca del mundo, es decir, la forma en que los hombres en la actualidad asimilan e interiorizan la imagen del mundo, la cual en gran medida los medios de comunicación reconstruyen partiendo de su interpretación.

Esto mismo da cuenta de una realidad mediada, de una comprensión del mundo mediante los medios de comunicación, debido en gran parte a que la realidad social abarca a la humanidad, en el sentido de totalidad como concepto pretendido por la modernidad, y para comprender o tan sólo informar acerca de un proceso o acontecimiento que tiene lugar en espacio y tiempo distintos a nuestra realidad inmediata resulta de gran importancia el que los medios de comunicación en conjunción con el desarrollo tecno-científico alcanzado hasta el día de hoy conforman variables que en la actualidad son inherentes al papel de los medios de comunicación en las sociedades actuales, en el ámbito político, y con ello, confluyen en la formación de conocimiento, en este caso político, sobre una realidad social general que el hombre trata de aprehender en su totalidad.

Es por ello que los medios de comunicación tienen un papel fundamental en hacer cognoscibles éstos fenómenos al común de la sociedad, ya que sin ellos, debido a las diferencias espacio temporales, difícilmente podría llevarse a cabo dicha tarea, como menciona Donsbach, sería difícil experimentarlos de forma directa, aunque esto no excluye el que se encuentren mediadas dichas informaciones por intereses particulares.

⁷³ Wolfgang Donsbach, *Op. Cit.*, p. 53.

A esta misma característica le corresponde la competencia por la atención del público, como lo reflejan las campañas electorales, pues en ellas se muestra que los contenidos políticos que producen los medios de comunicación influyen en la percepción tanto entre los agentes políticos como en la imagen que la sociedad tiene de éstos, es decir, influyen en su legitimación o deslegitimación. Sin embargo, también dicha competencia adquiere connotación publicitaria en el ámbito político. De allí que pueda observarse la interacción, entre medios y política, en cuanto a decisiones políticas y publicitarias.

Dentro de la utilización que le da el público a la información proveniente de los medios se encuentran varias posturas, entre ellas la teoría de la disonancia cognoscitiva de Festinger, la cual propone que las personas solo dirigen su atención, percepción y memoria a la información de forma selectiva, de manera que se vuelven, por decirlo así, inmunes a los efectos de dicha información, es decir, protegidos respecto a la persuasión.

Una idea similar puede observarse en cuanto a los efectos políticos de los medios de comunicación, ya que existe para ciertas teorías una importancia mayor de la interacción y acción del sujeto en relación con la influencia de la información que proporcionan éstos.

De manera que otorgan una perspectiva distinta que si se observara de forma unidireccional, como lo menciona Donsbach cuando se refiere a los conceptos que utilizan Katz y Lazarsfeld respecto a los conceptos de comunicación en dos etapas y líder de opinión, pues ambos apuntan a una mayor importancia de la interacción comunicativa inmediata, basándose en que si bien las personas reciben información política de los medios de comunicación, su opinión se encuentra trastocada por los

líderes de opinión, con ello puede notarse la importancia de la interacción comunicativa en los efectos políticos de los medios.

Sin embargo, frente a dicha postura teórica habría que considerar la mayor apertura de opiniones y la menor importancia de los líderes de opinión en la actualidad, ya que dichos conceptos fueron elaborados en la primera mitad del siglo XX. Aunque esto no quiere decir que se descarte del todo los puntos importantes de dicho enfoque, ya que otros autores como Kepler rescatan la interacción social como parte fundamental de los efectos políticos de los media, pues él menciona que "...se basaba en el concepto de que no eran los propios contenidos de los medios, sino los llamados <<factores intermediarios>>, los que determinaban los efectos. Estos factores intermediarios eran, en su mayor medida, las propias cualidades del receptor: las predisposiciones de su actitud, su interés subjetivo, su grupo social, etc."⁷⁴

Ante dicho enfoque, si bien se encuentra el que en el contexto actual se tiene una diversidad de opiniones, debido a la mayor apertura de éstas, realmente las más de las veces es casi un puro discurso de las sociedades "democráticas" para legitimarse. Esto mismo es lo que trae como consecuencia la vuelta hacia la perspectiva teórica de los efectos de los medios de comunicación de forma unidireccional, es decir, que no tiene una base estable en la interacción comunicativa el segundo plano que proponía la teoría de Lazarsfield.

Dice Shecnk: También exista una re-elaboración selectiva de los contenidos informativos en redes comunicativas interpersonal muy ramificadas que favorece, por una parte desde el punto de vista estructural, la difusión de ideas e informaciones, pero que, por el contrario, no pueden ofrecer, debido a su relativamente escasa densidad un anclaje estable para las actitudes y opiniones individuales, por lo que, de alguna forma, tenemos que empezar a contar con un mayor efecto de los medios de <<masas>>.⁷⁵

⁷⁴ *Ibidem*, p. 62.

⁷⁵ *Ibid.*

De la misma manera, que también sirve de objeción al enfoque teórico centrado en la interacción social, el que se ponga en entredicho el papel actual de los líderes de opinión, ya no solo porque el papel de éstos deja de ser relevante sino también porque “las influencias que éstos ejercen por la vía de la comunicación personal, corresponden en no poca medida a los factores de los medios, si bien de forma indirecta.”⁷⁶

Donsbach, hace una clasificación analítica acerca de los efectos políticos de los medios, la cual obedece al tipo de variables que las teorías manejan, a la concepción que tienen dichas teorías respecto a los efectos de los medios de comunicación, su intencionalidad y efectividad.

Respecto a las variables independientes, según Lazarsfeld y Merton, se encuentran relacionadas con efectos de la existencia del medio, al igual que su forma de organización y sus contenidos concretos. En cuanto a las variables dependientes, en general de las teorizaciones acerca de este tema, se encuentran relacionadas con los efectos sobre la idea de la realidad, sobre la postura valorativa y los efectos sobre las percepciones sociales.

En lo referente a los procesos de los efectos en general, este Lazarsfeld basándose en Shulz, menciona que confluyen en un proceso diferenciado, en tanto se contemplan las condiciones para los efectos relacionadas con la interdependencia entre el contenido del mensaje respecto a las predisposiciones de los receptores. De manera que se puede observar una interconexión de la parte macro con la micro en cuanto a las condiciones de los efectos. En tanto que cuando se habla de intencionalidad de los medios de comunicación, McGuire menciona la distinción de los efectos intencionados, como la propaganda electoral, y los no intencionales como las posiciones políticas de la población.

⁷⁶ Ibid.

Dentro de los efectos en las percepciones sociales, Donsbach, menciona que la percepción es alterada en buena medida por la imagen, en este caso de los agentes políticos respecto a su postura, lo cual se refleja en el comportamiento electoral, sin embargo, en la imagen que se tiene sobre ellos convergen factores tanto individuales como externos a la persona, pues “la imagen de los personajes públicos se compone de las características reales de la persona correspondiente, de la autorepresentación pública, de su representación por parte de los medios y las determinadas del receptor, como son sus opiniones previas”⁷⁷; aunque también es cierto que la imagen de los agentes políticos, forma un papel central en cuanto a las impresiones que tiene el público de éste, y con ello la influencia en su decisión, por ejemplo en las elecciones.

Este fenómeno se puede comprender, si es que se tiene en cuenta que “la mayoría de la población se informa mirando el noticiero televisado y, para una buena parte de esa población, la imagen es garantía de la verdad”⁷⁸ lo cual, siguiendo a Mouchan, se va acentuando por los adelantos tecnológicos que tienden a formar dicha imagen a nivel mundial.

Con ello, se da vida a las pretensiones de la modernidad de crear una verdad universal, aunque a diferencia de dicha pretensión, que se fundamenta en la racionalidad, en la actualidad se hace mediante un acto irracional, pues se encuentra la imagen que despierta y conlleva a la emoción, “...la imagen por su naturaleza, tiene en primer término un impacto sensorial... [Sin embargo] La emoción que no desemboca en algún acto concreto se convierte en una emoción estéril.”⁷⁹

No obstante, esto último no impide que la imagen forme parte de la experiencia vivida del hombre, “las imágenes llegan a formar parte del tiempo de vivencia de quien

⁷⁷ *Ibíd.*, p. 66.

⁷⁸ Mouchan, Jean, *Política y medio. Los poderes bajo influencia de los medios de comunicación*, Gedisa, Barcelona, 1999, p.26.

⁷⁹ *Ibíd.*, p.28.

las recibe”⁸⁰, independientemente de las diferencias espacio-temporales que separen al hombre que percibe de la imagen, por lo que se puede observar que deja de lado la razón, en el sentido anteriormente expresado, moderno, contrario al sentido supuesto de la información.

La información debería desarrollar la racionalidad. Pero ha provocado lo inverso, como si en los países democráticos la razón hubiera sido desplazada por la oleada de imágenes, de afectividad y de pasiones. El exceso de tratamiento mediático tiene ciertamente como consecuencia aniquilar el poder del telespectador para tomar distancias...Corre así el riesgo de someterse a manipulaciones groseras o tristemente caricaturescas.⁸¹

Ejemplo de ello lo proporciona un artículo de Felipe Gaytán y Juliana Frago, en la revista CHASQUI, en el cual reflexionan acerca de la manipulación por medio de las imágenes mediáticas acerca de la invasión de Estados Unidos a Afganistán

Los medios han apostado más a la imagen que a la palabra, más a la sensibilidad de la opinión pública que a la reflexión detenida sobre lo que acontecía. El rating se impuso en lo perceptivo de la imagen y no en la abstracción de las ideas...sin embargo, la imagen por sí sola no establece nada, es pobre en significaciones y queda la fotografía como un signo en sí misma y no de significaciones de procesos más complejos.⁸²

En cuanto a la imagen política creada por los medios de comunicación, si bien se incorpora dentro del proceso e importancia que tiene la producción de imágenes como característica de los medios de comunicación actuales, también es cierto que los mensajes dependen en gran medida, en el ámbito político, del contexto concreto en el que éste no solo es producido sino recibido, “la imagen política...está fuertemente sometida a la presión de los datos contextualizados que determinan la manera en que dicha imagen es recibida.”⁸³

⁸⁰ *Ibíd.*, p.27.

⁸¹ *Ibíd.*, p.31.

⁸² Gaytán Felipe y Juliana Frago, Del pánico a la banalidad en la tragedia terrorismo medios de comunicación en México, *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, [en línea] <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16007707&Cve_Num=0>, [consultado el 30 de octubre del 2007], marzo, número 077, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, 2002.

⁸³ Mouchan, Jean, *Op. Cit.*, p.40.

La mayor parte de esta gran producción de imágenes a nivel mundial a través de los medios de comunicación, se debe al avance tecnológico, lo cual ha influido en distintos aspectos sociales tales como las prácticas políticas.

Desde la década de 1970 la utilización masiva de las técnicas de comunicación en la vida política occidental modificó considerablemente las prácticas políticas, particularmente en periodos de campaña electoral...muchos autores describen las prácticas políticas como una forma de espectáculo: de ahí, expresiones tales como *infotainment*, *horseracism*, *homo catholicus*.⁸⁴

Este fenómeno se le relaciona, como lo mencionara Zermeño, con el nuevo papel de los medios de comunicación más orientado a la finalidad de entretener más que de informar y formar un sentido crítico de la realidad social.

Entre los cambios de las prácticas políticas en relación con los medios de comunicación, Gingras los observa desde los partidos políticos, al debilitarse éstos en cuanto a finalidades de participación y representación social, lo cual provoca una legitimación baja al tiempo que lo hace la institucionalidad de las sociedades modernas a mediados del siglo XX, en los años sesenta y setenta.

Hoy quienes más guían la acción de las personalidades de la política son los especialistas en consulta política, las empresas de sondeos y los expertos en relaciones públicas...así como el énfasis que pone la cobertura mediática en los candidatos que poseen más posibilidades de ganar les quitan a los partidos políticos la función de seleccionar a las personalidades políticas que les corresponderían, o que les corresponden.⁸⁵

Uno de los efectos políticos que Gingras apunta respecto a los medios de comunicación, es la marcada personalización y dramatización en las prácticas políticas; en cuanto a la primera, la observa como un atributo de la sociedad individualista actual que pone el énfasis en el individuo como causa y solución a las problemáticas sociales.

Implica el riesgo en que la política apresa como una mera lucha entre personalidades públicas. Limitar de ese modo el marco explicativo de los acontecimientos provoca una descontextualización de los problemas, un

⁸⁴ Gingras, Anne-Marie, *El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas*, Gedisa, Barcelona, 1998, p.31.

⁸⁵ *Ibíd.*, p.33.

ocultamiento de los fenómenos estructurales...un olvido histórico, una negación de las relaciones de poder que existen en la sociedad...La personalización favorece la adopción de una concepción egocéntrica de los problemas sociales en detrimento de una concepción social y además suscita apatía.⁸⁶

Lo anterior se encuentra relacionado con la vida democrática de una sociedad, es decir, con la participación ciudadana, lo cual demuestra que se tiene una visión de la política lejana de la realidad, al ser ésta en última instancia una construcción mediática que aleja a los ciudadanos de los problemas reales, como menciona Gingras, la personalización, lo mismo que la dramatización conllevan a un reduccionismo de la complejidad de la realidad social, ya que la dramatización provoca que la política no se asimile por la ciudadanía por lo que es, sino por lo que no es, ya sea un espectáculo o deporte.

Se ejerce en la vida parlamentaria y partidaria de diversas maneras: el funcionamiento cíclico por crisis, la asimilación de la política a un espectáculo o a una competencia deportiva y la utilización de las emociones son sólo algunas entre otras...el uso de símbolos, el acento puesto en las imágenes, en el empleo de un lenguaje teatral y de frases sorprendentes, así como la explotación de las emociones, son todos elementos que tienen por objeto llamar la atención de una manera espectacular, ya sea dramática, ya sea humorística, ya sea simplemente atractiva...consiste en una técnica para llamar la atención.⁸⁷

No obstante, dentro de la información de los mensajes políticos que se dan en esta nueva relación entre medios de comunicación y política se encuentra la fragmentación y normalización de los mensajes, “la fragmentación de los mensajes políticos consiste en presentar los hechos y las cuestiones de todo tipo en forma de “información-cápsula”...fenómeno al que las personalidades públicas se prestan porque las ventajas que conlleva la velocidad de acción y reacción son más que sus

⁸⁶ Ibídem, p.34.

⁸⁷ Ibídem, pp.35-36.

inconvenientes.”⁸⁸ La otra de las características de los mensajes políticos, es la normalización.

Todas las situaciones van a llegar a ser normales o van a volver a ser normales, un efecto tranquilizador que obligatoriamente hace las veces de conclusión...Este efecto tranquilizador cumple una función de busca de paz social; si la solución de los problemas parece estar al alcance de la mano, el espacio público carece de importancia; se evitan así todo tipo de presiones, como también los desbordes, las reacciones provocadas por la ira, el temor o la insatisfacción.⁸⁹

En este tipo de característica los agentes políticos, tienen el papel de tranquilizar, de ser los pacificadores ante la problemática social, la cual nunca es abordada en sus dimensiones reales, pues dichos agentes “ofrecen soluciones a los problemas sin que den eficacia nunca realmente-o teóricamente- comprobada.”⁹⁰

A esto también hace mención Ramonet, cuando indica que la comunicación mediática se encuentra dirigida a un público infantilizado, según las características en las que ésta se basa, pues éstas son las mismas con las que se les habla a los niños, ya que en esta comunicación predomina el discurso rápido y por tanto breve, al igual que encuentra la simplicidad del vocabulario, otra característica son los elementos de espectacularización, de dramatización, de risa, tragedia, etc., incluyendo también la explotación de las imágenes, tornando, según Rodrigo Browne, la información como una herramienta no comunicante, generando de esta forma incomunicación.

Es por ello que se puede dar cuenta de que se descontextualiza la problemática social y con ello se separa la producción política mediática de la realidad, pero se acerca a la legitimación de la población. Con ello también se puede observar lo lejos que nos encontramos de ser sociedades democráticas, pues “...desde el punto de vista tanto de la teoría democrática [atribuye] a los medios de comunicación una función

⁸⁸ *Ibíd.*, p.36.

⁸⁹ *Ibíd.*, p.37.

⁹⁰ *Idem*, p.37.

relativamente insignificante en el proceso de formación de la voluntad política, y evidencia, en consecuencia, problemas de legitimación.”⁹¹

Con lo cual, menciona Gingras, la democracia es solo una pretensión, pues, “McDermind precisa que los conocimientos políticos adquiridos a través de la televisión difieren de los que normalmente debe tener una persona informada en una democracia.”⁹², a lo cual añade que se debe principalmente a la finalidad de los medios de comunicación como entretenimiento y con ello, a la evasión de la realidad que tiene lugar durante el tiempo libre, pues “esta evasión impide que el individuo reflexione sobre sus condiciones de vida y favorece por cierto el *status quo* político y económico”⁹³, conformándose una masa acrítica.

Respecto a ello tiene una especial relevancia el aspecto de que “los medios de comunicación ejercen una gran influencia sobre nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día...el resultado no buscado de esa necesidad de los medios informativos de seleccionar y destacar un puñado de cuestiones como las noticias más relevantes del momento”⁹⁴, es decir, el establecimiento de la agenda, como lo retomara Mc Combs del pensamiento de Lippmann.

Esto debido al papel de los medios de comunicación como mediadores de la percepción y construcción de la realidad social, pues “en casi todos los temas del repertorio público, los ciudadanos se las ven con una realidad de segunda mano, que viene estructurada por las informaciones que dan los periodistas de esos hechos y situaciones.”⁹⁵

⁹¹ Wolfgang Donsbach, *Op. Cit.*, p. 58.

⁹² Gingras, Anne-Marie, *Op. Cit.*, p.39.

⁹³ *Ibíd.*, p.40.

⁹⁴ Mc Combs, Maxwell, *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en a opinión pública.*, Paidós, Barcelona, 2006, p 25.

⁹⁵ Mc Combs, Maxwell, *Op. Cit.* ,p.24.

Lo anterior nos habla no solo de una proporción de información sobre la realidad social sino de una construcción de ésta como una imagen sobre la realidad social, pues según Lippmann, los medios de comunicación son "...esas ventanas al inmenso mundo que queda más allá de nuestra experiencia directa, determinan los mapas cognitivos que nos hacemos de él"⁹⁶ ya que parte de la información que los medios de comunicación elaboran para darle al público una imagen de la realidad social, dentro de la política y la cuestión pública, construida desde dicha información y que permiten la comprensión de la realidad social y sus distintos ámbitos, con ello influyen en la percepción de ésta, mediante la jerarquización y organización de los temas sociales que han de importar al público.

Por esta misma razón "la opinión pública, sostiene Lippmann, responde, no al entorno sino a un pseudo-entorno construido por los medios informativos"⁹⁷, ya que los temas a discusión que conforman la opinión pública devienen de los medios de comunicación, con lo cual, se observa "la transferencia de la relevancia desde la agenda mediática hasta la agenda del público."⁹⁸

Sin embargo, dicha interpretación no descarta la importancia de la experiencia personal, principalmente cuando los temas tienen impacto directo sobre ella, al igual que tampoco descarta el ámbito cultural, pero sin duda le otorga un papel principal a los medios de comunicación al poner en el espacio público los temas de interés o personalidades de distintos ámbitos, como el político, pues "la comunicación es un proceso, y puede incluir cualquier colección de objetos- o un único objeto-en comparación con la atención de los periodistas."⁹⁹ Es decir, pone en exhibición, en la esfera pública, la diversidad de posiciones de la opinión pública.

⁹⁶ *Ibíd.*, p.26.

⁹⁷ *Ibid.*

⁹⁸ *Ibíd.*, p.29.

⁹⁹ *Ibíd.*, p.138.

Es en esta exhibición tanto de temáticas, de personalidades políticas y de valores en el espacio público, lo que crea un espacio propicio para otro tipo de fenómenos como lo son los escándalos, en este caso en específico: el mediático, el cual como lo menciona Thompson en *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, comenzó a manifestarse desde finales del siglo XVIII, pero fue en el siglo XX cuando alcanza su máxima expresión, siendo al igual que otros escándalos transgresiones a valores, normas o códigos morales, aunque diferenciándose de los otros por su tipo de trasgresión, la cual al violar los códigos morales, llevan a una situación de difícil control para quien la trasgredió, al igual que también lo diferencia, el tipo de publicidad, pues en vez de ser de copresencia, inmediata, como en un escándalo en el que tiene lugar en la interacción cara a cara, en él la publicidad es mediata, mediada.

Lo mismo se puede decir de las formas de revelación de dicho escándalo en cuanto a la comunicación inmediata o mediada, de la misma manera que tiene lugar la censura en este aspecto, además de que las evidencias tienen un fundamento duradero, a lo cual, se le añade un marco espacio-temporal no circunscrito, debido a la incorporación de tecnológica en el ámbito de las comunicaciones.

Este tipo de escándalos suele interceptarse con los escándalos políticos, principalmente por su exposición pública, es decir, que se desarrollan en la esfera política, por lo que comprenden, según Thompson, a todo el conjunto de relaciones institucionales donde se encuentra el agente político individual, ya que estas relaciones son las que le confieren poder a éste último, como menciona este autor, mientras impliquen violación al proceso político que se tiene como debido. Este tipo de escándalos tiene presencia en las democracias liberales al ser en éstas donde se

encuentran los actores políticos compitiendo, por lo cual se encuentran en dichas sociedades fenómenos como la difamación, ejemplificada con el fraude y la corrupción, al ser éstas formas de deslegitimar a los adversarios políticos.

Así, se da cuenta de que la legitimidad juega un papel importante en la relación entre medios de comunicación y el poder político, la legitimidad se conforma mediante el ejercicio del poder simbólico que es “la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos influir en las acciones y creencias de otras personas y...crear así, mediante la producción y transmisión de formas simbólicas, ciertos tipos de acontecimientos”¹⁰⁰ y al ejercer este tipo de poder se valen de recursos tales como los medios de comunicación.

[En las elecciones] Para ganar ese apoyo han de tratar de persuadir; deben fomentar su credibilidad, generar compromisos y establecer o renovar los lazos de confianza que les sostienen. Un representante político que aspire a serlo debe luchar para movilizar la fidelidad al partido y ha de persuadir a los otros de que...han de confiar en él...Como parte de este proceso...han de buscar el modo de desacreditar a sus rivales la forma de presentarlos como indignos de confianza y como opciones poco seguras, con lo cual logran aumentar su estatura a expensas de la de sus oponentes e incrementan sus posibilidades de éxito electoral.¹⁰¹

De esta manera se logra dar cuenta con el ejemplo de las elecciones, de la forma en que los medios de comunicación pueden legitimar o deslegitimar a una figura política, al conformar la opinión pública, valiéndose algunas veces incluso de escándalos políticos, como se ha demostrado en la actualidad.

El hecho de que el escándalo político pueda convertirse en una lucha por la obtención del favor de la opinión pública-que se mide en función del continuo flujo de resultados ofrecidos por las encuestas de opinión que divulgan o realizan los medios-...lo que está en juego en los escándalos es la credibilidad de los dirigentes, cuya reputación y buen nombre han sido puestas en cuestión por el escándalo, que ha estallado o ha amenazado con estallar, en su entorno inmediato.¹⁰²

¹⁰⁰ Thompson, John. B., *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 2001, p.140.

¹⁰¹ *Ibíd.*, pp.142-143.

¹⁰² *Ibíd.*, p.150.

Es por ello, que se puede dilucidar que la relación de los medios de comunicación con el sistema político guarda un nivel estrecho, en cuanto forma de mantener y obtener el poder político mediante el uso del poder simbólico de los medios para conservar la legitimidad de los agentes del poder político, al conformar una opinión pública acorde a sus fines y así, una imagen de la realidad social acorde a ello, por lo que puede notarse que el poder de los medios no es independiente de otros ámbitos sociales, de allí que puede vislumbrarse las características que los medios de comunicación poseen en la actualidad, así como la manera en que ejercen su poder simbólico.

d) La importancia de una visión teórica integral

Después de presentar las distintas posturas teóricas acerca de los medios de comunicación en la modernidad, de la misma manera en que también se hizo respecto al vínculo que guardan los medios de comunicación con las relaciones de poder, expondré mi punto de partida en esta investigación. Los medios de comunicación deben ser analizados desde una perspectiva que integre los diferentes enfoques teóricos expuestos, ya que si bien entre ellos existen diferencias, pueden dar cuenta de partes de la realidad distintas desde las cuales se puede observar al proceso social de la mediatización de la comunicación de una forma más completa, al ser propuesto para ello un enfoque integral de dichas teorías en cuanto recoge diferentes perspectivas de la realidad social en torno a un mismo fenómeno.

Por ello, planteo un rescate de varios aspectos de los enfoques teóricos que han revisado el proceso que analizaré en este trabajo, los cuales pueden en su conjunto dar cuenta de su complejidad y con ello de una perspectiva más cercana a su desenvolvimiento, sin sobreponer ningún aspecto de la realidad social a otro, es decir, evitar que se deje fuera cualquier pretensión de determinismo social y así sea posible observar la interconexión que guardan los planos sociales entre sí, la economía, la

cultura, la política, etc., esto es, que se acerque más a la complejidad de la realidad y a la contingencia social actual.

Es por ello que me parece rescatable retomar de la teoría crítica, que desarrolla la Escuela de Frankfurt y cuya línea siguen otros teóricos mencionados en el primer apartado de este capítulo, el análisis que lleva a cabo respecto al capitalismo, desde su crítica al desarrollo tecnológico en lo que atañe a la creación de una industria cultural, de una cultura de masas, pues dicha crítica se realiza en torno al sentido y fundamento de la modernidad, por lo que es una crítica a la razón instrumental, pero también a las implicaciones sociales que ha traído el desarrollo tecnológico, poniendo en entredicho el camino hacia el progreso que suponía el discurso moderno. Por esto, rescato de este enfoque teórico la capacidad que tiene para dilucidar el contexto actual de desarrollo tecnológico dentro del capitalismo.

Así, esta teoría nos da pauta para observar el contexto social general, global, en el que la mediatización de la comunicación tiene lugar, relacionando este fenómeno con el aspecto económico mundial pero también con el proceso de globalización cultural, al observar a la cultura como una industria encargada de la producción, distribución y materialización de bienes culturales, es decir, que da cuenta del fenómeno de la cultura como mercancía en el contexto capitalista.

Aunque también puede notarse una comunicación peculiar en un contexto con estas características, una comunicación del entretenimiento, la cual se encuentra relacionada con la creciente disminución de la capacidad de acción de los hombres, cuya consecuencia es el mantenimiento de las condiciones materiales actuales al ser la función de los medios de comunicación la manipulación, facilitada por la alienación de la sociedad, generando una cultura alienada.

Es así como se crea un distanciamiento de la realidad creada por los medios respecto a una realidad que se supone verdadera, en lo cual difiere al considerar, que si bien los medios de comunicación crean una visión o imagen de la realidad desde ellos, ésta no es en sí falsa o verdadera sino solo una de las muchas posibilidades de interpretación y creación de la realidad.

Respecto a otros autores que siguen la corriente crítica de la Escuela de Frankfurt, puede rescatarse en lo que respecta al capitalismo, la dificultad del acceso a la información, a pesar de su globalización, dado que se encuentra mediada por el aspecto económico, como diría Morgas.

Este enfoque teórico nos da cuenta del fenómeno de la comunicación mediatizada desde un punto de análisis macro social, por lo cual puede servir como base para una apreciación amplia del proceso. Esto mismo es de gran importancia cuando se retoma la perspectiva cultural que analiza la mediatización de la comunicación, ya que le otorga una mayor importancia a los códigos de interpretación del significado de los mensajes, difundidos por los medios de comunicación; por lo que se observa la parte que decodifica el mensaje y desde donde lo hace, es decir, el receptor y el contexto sociocultural en el que se inserta.

Es por ello que esta corriente teórica le da una mayor importancia al proceso de interpretación del sujeto en contextos específicos que a los ámbitos de la realidad social del fenómeno de la comunicación mediatizada analizados por los enfoques anteriores.

De manera que lo micro adquiere, desde esta perspectiva, una mayor importancia al observarse como lo relevante el contexto sociocultural en el que una determinada comunidad o sujeto se insertan y desde el cual un mensaje se decodifica y se codifica de acuerdo a las clasificaciones de significado propias, es decir, se da cuenta de un proceso de construcción de significación; de tal forma que se da lugar a un proceso

interpretativo al otorgar un significado propio a un mensaje producido en un contexto sociocultural distinto.

En un mundo como el actual este enfoque resulta relevante al dar cuenta de una forma de observar los procesos de globalización desde una perspectiva de interacción, lo cual resulta de gran importancia y más cuando la producción de la comunicación se encuentra concentrada en pocas manos.

Esta corriente teórica también da cuenta de una interacción cultural en la que por las condiciones actuales, como el desarrollo tecnológico, ya no tiene cabida la presencia en un mismo tiempo y espacio, la cual es remplazada por la tecnología, de allí que se cuente con una comunicación mediatizada

Es en este último aspecto en el que fija su atención el enfoque teórico de Lazarsfeld, el cual se encuentra cercano al análisis microsocial en cuanto le otorga a la interacción social un papel relevante en el proceso de comunicación, como espacio de discernimiento y de acción del hombre.

Este enfoque, igual que el cultural, abre la perspectiva de una visión que dista de la omnipotencia de los medios de comunicación sobre la vida social, en sus diferentes ámbitos, lo cual se relaciona con una postura que se encuentra cada vez más alejada de la determinación social, en este caso, de la perspectiva de acción unilateral de los medios comunicación en relación con el resto de la sociedad, por lo que se deja la alternativa de que los medios no determinen a los individuos sino que sea un proceso de interacción la relación que sostienen, es por ello que se observa a los seres humanos como sujetos, como agentes, y no como objetos de manipulación total por parte de los medios.

De allí que las teorías microsociales adquieran importancia en cuanto consideran espacios en los que el hombre puede decidir y actuar y, por lo tanto, que puedan ser

utilizados para modificar su entorno, su contexto, pues los hombres no son de una vez y para siempre determinaciones de los medios de comunicación sino que se encuentran en interacción con ellos.

Estos enfoques traen la posibilidad de incidencia del hombre sobre los medios de comunicación, pues éstos ya no son entes abstractos que lo dominan todo, sino actores sociales que interactúan con otros y por tanto, son posibles de transformación, aunque ello no descarte el que se sitúen en un contexto social amplio, como el capitalismo y que tenga características propias, tales como su carácter de industria cultural, conferidas desde los procesos sociales que en él se desarrollan.

Siguiendo esta misma línea, respecto al vínculo entre las relaciones de poder y los medios de comunicación, se da cuenta que éste es de carácter complejo, pues se encuentran las dimensiones macro y microsociales, pero también la relación del poder propio de los medios de comunicación respecto a otros tipos de poderes, siendo el poder simbólico el característico de éstos, al ser productores de formas simbólicas, culturales, como lo retoma la teoría crítica y la corriente cultural, el cual se encuentra relacionado con otros tipos de poder, como el político, el coercitivo y el económico.

Esta vinculación con las diferentes tipologías del poder, logra relacionar a los medios de comunicación con la esfera macrosocial, con los procesos sociales en el contexto capitalista, pues desde este nivel social los medios de comunicación, como podría retomarse de la teoría crítica, son un complejo cultural que brinda y legitima el poder político.

Tal perspectiva tiene como fundamento una explicación histórica de las formas de legitimación política, cambiantes según la época histórica a la que se refiera, como lo mencionara Debray alguna vez lo fue la religión y la educación productoras de formas simbólicas que mantuvieran la hegemonía del poder político; sin embargo, lo que

diferencia a los medios de comunicación con cualquier otro complejo cultural anterior, es su carácter ilimitado de influencia que logra a partir del desarrollo tecnológico, pues le permite una producción de formas simbólicas a nivel global.

Es por ello que esta perspectiva macrosocial del poder mediático se entrelaza con la corriente marxista, al tener las formas simbólicas un papel relevante en cuanto a la legitimación del poder político, es decir, garantizan la dominación, la manipulación, mediante la conformación de una cultura de masas, en sentido de industria cultural; de manera que la producción simbólica de los medios de comunicación desde este enfoque tiene la función de garantizar la estabilidad del orden social mediante la legitimación constante.

Otra perspectiva desde el análisis macro social se encuentra en la mediocracia, en la cual no es visto el papel de los medios de comunicación como instrumento de legitimación, sino que más bien son éstos quienes se valen de la política para conseguir sus intereses y mantener su poder, un poder independiente respecto de otros, pues como hace referencia Danny Schechter, se da paso a una política mediatizada, en la que los medios de comunicación siguen la lógica del capital y el poder político es controlado por éstos, lo que da como resultado una política en la que es nula la participación ciudadana, es decir, no hay democracia. Esta visión de los medios se encuentra relacionada con la función de éstos como generadores de entretenimiento y, por tanto, con la corriente de la teoría crítica, en cuanto observa una disminuida, más bien nula, participación del ciudadano.

Ambas partes del análisis macrosocial dan una visión rescatable de la relación de los medios de comunicación con el poder, pues una de ellas muestra su papel dentro de la legitimidad y el mantenimiento del poder político, lo mismo que la otra en cuanto

expone la aparente independencia de los medios de comunicación respecto a otros actores sociales.

No obstante, también se encuentra la parte microsocia del análisis de la correspondencia de los medios de comunicación con las relaciones de poder, ya que también pueden ser observados los medios no sólo como instrumentos de dominación sino como constructores de la conciencia colectiva, como mencionara Esteinuo al hacer referencia a que la producción simbólica de los medios de comunicación no se recibe de manera directa sino filtrada por el contexto sociocultural en el que reciben.

Lo mismo puede mencionarse respecto a la elección de los contenidos políticos de los medios de comunicación, en el proceso de interpretación y constitución de la realidad desde éstos mismos, lo cual da como resultado la construcción de una imagen del mundo que no es que sea falsa o verdadera sino una posibilidad entre muchas, pero que constituye una parte fundamental del aspecto cognitivo del ser humano en la actualidad; al igual que también se encuentra la utilización de tales contenidos por el público y el efecto de éstos en tanto conocimiento, actitudes y comportamiento político, como lo menciona Donsbach.

Es por ello que si bien los medios de comunicación dan cuenta de una realidad mediada, es decir, de una comprensión y asimilación del mundo mediada, y de un conocimiento que parte de ello, también el público tiene la posibilidad de elegir entre la producción mediática, como lo expone la teoría de la disonancia cognoscitiva de Festinger, al proponer que las personas dirigen su atención, percepción y memoria, a la información de manera selectiva, de tal forma que se distancia de la determinación mediática que suponen los análisis macrosociales.

Misma línea teórica que sigue la teoría de Lazarsfeld en cuanto establece como prioridad la interacción social en el proceso de selección de información, pues en este

nivel, al cual lo caracteriza la comunicación interpersonal en un contexto sociocultural determinado, se conforma la opinión pública, aunque no se está en completa independencia respecto a la influencia de los medios de comunicación, pues éstos pueden ejercer una influencia indirecta.

De esta forma, como lo referiría Shulz, confluyen las condiciones sociales que brindan las características objetivas de los receptores con el contenido del mensaje, por lo que se puede observar una forma de interconectar la parte macrosocial con la microsociedad en cuanto a las condiciones de los efectos; ello muestra no sólo la importancia del carácter de la relación del poder con los medios de comunicación como forma de legitimación, o como subordinación de la política a éstos, sino de la interpretación, en el ámbito del poder político, de la producción simbólica mediática en contextos socioculturales específicos.

La importancia en este último aspecto puede notarse en la actualidad en las prácticas políticas, ya que los medios de comunicación conforman un papel relevante como guía de la acción política, tanto en las decisiones que se toman respecto a políticas específicas de los gobiernos como en la elección de candidatos.

Aunque también esto mismo se encuentra relacionado con la parte del análisis macrosociedad en cuanto se observa el desplazamiento de la participación ciudadana y, con ello, su disminución respecto al papel de los medios de comunicación en las sociedades actuales y de las estrategias empleadas para ello, como la fragmentación y normalización de los mensajes, los cuales descontextualizan la problemática social y de esta forma separan la producción política mediática, la producción simbólica, de la realidad, es decir, la aliena; por lo cual, se da cuenta de lo lejos que nos encontramos de ser sociedades democráticas.

Aunque también los medios pueden ser observados como espacios para generar opinión pública, sin embargo, si bien los medios de comunicación facilitan la creación de la opinión pública, como lo mencionara Mc Combs, éstos ejercen una gran influencia sobre la determinación de los temas más importantes, lo cual corresponde a la realidad generada desde los medios de comunicación.

Sin embargo, no se descarta la posibilidad de que los agentes sociales puedan incluirse en la construcción de la opinión pública, pues finalmente la construcción de la realidad desde los medios de comunicación no es una realidad absoluta, es una posibilidad entre muchas, es una contingencia, entre las cuales destaca la posibilidad de diseñar una realidad ligada a la interacción entre actores sociales; éste es el objetivo del trabajo, es decir, demostrar que puede lograrse la construcción democrática de los medios de comunicación, para lo cual tanto la perspectiva macrosocial como microsociales, son fundamentales para entender la complejidad social pero también las posibilidades de acción que nos brinda el análisis de ellas.

Capítulo 2. Contexto de los medios de comunicación en América Latina

a) Surgimiento de los medios electrónicos de comunicación y estructura actual

Los medios de comunicación electrónicos han revolucionado el mundo de una manera impresionante desde su aparición en el siglo XIX, ya que han sido la pieza clave para la cobertura mundial comunicativa, y con ello, para una multiplicidad de fenómenos que devienen de dicha masificación, tal como lo es el constreñimiento espaciotemporal y los cambios culturales, sociales y políticos que se han presentado en los dos últimos siglos en las relaciones sociales nacionales e internacionales.

La masificación de la comunicación no hubiera sido posible de no existir medios que incorporaran la comunicación oral, pues esta característica innovadora que los medios de comunicación masiva adoptaran desde la aparición de la radio en 1895, sería fundamental para lograr una cobertura como la que gozan en la actualidad.

Anteriormente, la comunicación se había difundido de manera escrita debido a la innovación de la imprenta de tipos móviles desarrollada por Johannes Gutenberg a mediados del siglo XV, la cual permitió el desarrollo de medios de comunicación editoriales, como los diarios, revistas y libros, siendo así el primer medio de comunicación masiva; aunque tales medios no habían logrado una cobertura como la que distinguen a los electrónicos, al abarcar a la población geográficamente dispersa, la cual podía ser incluso analfabeta, como puede notarse en el caso de la radio, ya que “es el medio que después de la prensa, entra en la categoría de la comunicación masiva y la expande intensamente.”¹⁰³

De manera que si bien la prensa fue el primer medio de comunicación masivo, la radio fue la que amplió los horizontes comunicativos, los cuales se ampliarían con la

¹⁰³ Ávila, Raúl, *De la imprenta a la Internet*, El colegio de México, México, 2006, p.23.

televisión a mediados del siglo XX (aunque de forma experimental había sido probada en los años treinta), y más aun lo haría el Internet a finales del XX.

La televisión así como el Internet han conjuntado los medios de comunicación masiva precedentes, en el caso de la televisión, como menciona Ávila, unió al cine y a la radio, es decir, por un lado la imagen y por otro el sonido, lo cual hizo de la televisión un medio audiovisual y por ello sumamente innovador, además “por sus costos de producción más elevados, buscó desde el principio un ámbito más extenso que el de la radio...la vocación del nuevo medio y sus intereses económicos lo llevaron muy pronto a superar las fronteras políticas para cubrir todo el planeta, y de paso, a promover la internacionalización de las lenguas.”¹⁰⁴

De tal magnitud fue el impacto de la televisión que incluso generó un nuevo vocablo: “produjo el concepto de *mass media* en 1950.”¹⁰⁵ Aunque fue veinte años más tarde, en 1970, cuando llegó la televisión a color y con ello la expansión de televisores y de la industria televisiva, lo cual en un principio propició la caída del cine, sin embargo más tarde éste se incorporará a la televisión mediante adelantos tecnológicos, en forma de videocasetes y después en DVD⁵.

En el caso del Internet, es decir, la gran interconexión de redes informáticas, si bien la conforman la experiencia de los medios de comunicación masiva precedentes, incluye textos y material audiovisual, sonidos, imágenes, vídeos, etc., además de permitir vínculos entre archivos ya sean textos, programas de radio y televisión, se diferencia de éstos por su cobertura, la cual es mucho mayor, es mundial.

Asimismo, plantea un uso distinto de los medios precedentes, tal como es posible observar en televisiones con tecnología WebTV que pueden acceder a Internet, lo cual propone un cambio de utilización distinta de éstos, de medio de difusión a medio

¹⁰⁴ *Ibidem*, p.24.

¹⁰⁵ *Ibid.*

de interacción como análogamente se había referido a la televisión cuando incorporó la posibilidad del cine en casa.

Otra característica de la red es su contenido, siempre se encuentra en crecimiento; “la WWW (World Wide Web) se ha convertido en el medio de mayor crecimiento en la actualidad...La gran cantidad de información que allí se encuentra es la mayor acumulada hasta la fecha”¹⁰⁶. Inclusive tal información para ser agilizada ha traído la necesidad de crear buscadores.

La red de redes como se le ha llamado al Internet surge en la última década del siglo XX, aunque sus orígenes se remontan décadas atrás bajo la forma del proyecto de establecer una red de información eficaz y segura de cobertura amplia, al principio con motivos militares aunque después se le unieron intereses académicos y más tarde comerciales, constituyendo estos últimos sus finalidades actuales más importantes.

Sin embargo, Internet no solo es importante en cuanto a publicidad comercial sino también en cuanto permite la interacción, es decir, como medio de relaciones sociales, las cuales se extienden más allá de las de tipo económico, pues en él “se puede investigar, consultar, opinar, intercambiar mensajes, comprar, vender, o navegar sin rumbo.”¹⁰⁷

Estas actividades que permite el Internet a su vez originan otros fenómenos, como los culturales, los cuales han atrapado la atención de la academia en la actualidad al permitir “la transmisión no sólo de datos, sino también de letras, fonemas, imágenes y sonidos...los recursos que ofrece están creando otro tipo de comunidades lingüísticas: nuevas identidades internacionales.”¹⁰⁸

Tal fenómeno es de cierta manera inverso al que ocurrió con la radio y la televisión, pues ambos permitieron la consolidación de las nacionalidades, en el aspecto

¹⁰⁶ *Ibidem*, pp.24-25.

¹⁰⁷ *Ibidem*, p.25.

¹⁰⁸ *Ibid.*

de la lengua ya que “permitieron superar los obstáculos que presentaban los textos escritos”¹⁰⁹, de manera que puede observarse este fenómeno como moderno, como parte de la consolidación de los estados nacionales, a diferencia del fenómeno actual que pareciera más cercano a la identificación internacional, un fenómeno posmoderno.

De esta forma, nos podemos dar cuenta de que los medios electrónicos de comunicación han tenido a lo largo de su historia una cobertura cada vez más amplia, hasta llegar a ser mundial. Es por ello que en América Latina, al igual que el resto del mundo, los mass media han tenido una presencia de gran relevancia a lo largo de los dos últimos siglos, aunque su papel ha variado respecto a las condiciones sociales propias del contexto sociohistórico y cultural.

A lo largo de casi un siglo, los países de América Latina y el Caribe han construido poderosos recursos de producción y difusión audiovisual...A su desarrollo contribuyeron: el sector público, aportando en diversos casos políticas de fomento y protección, las que junto con inversiones económicas sentaron las primeras bases para la industria cinematográfica y televisiva; el sector privado, con inversiones de riesgo en centros de producción, difusión y comercialización audiovisual; los artistas, técnicos y trabajadores, aportando sus capacidades creativas y de innovación, indispensables para el desarrollo de la industria y la cultura audiovisual; la sociedad civil, proporcionando su imagen y su memoria cultural.¹¹⁰

Esto nos permite vislumbrar una estructura de los medios de comunicación masiva comercial, sin embargo, su desarrollo a lo largo del siglo XX no ha sido uniforme, ya que se han producido cambios en la forma en la que los medios de comunicación son observados por la política nacional, regional e internacional.

Respecto a la política de comunicación, en conjunción a sus ideales tales como desarrollo, acceso y participación ciudadana en los países latinoamericanos, han fracasado, según Elizabeth Fox, debido al carácter comercial de la estructura de los media y a la mala intervención gubernamental, características que denotan la estructura social polarizada de las sociedades latinoamericanas, lo cual ha hecho incipiente la

¹⁰⁹ *Ibíd.*, p.26.

¹¹⁰ Getino, Octavio, *Cine y Televisión en América Latina*, Ciccus, Buenos Aires, 1998, p. 181.

elaboración y aplicación de políticas nacionales respecto a la radio, después a la televisión y actualmente en el Internet.

También ha sido otro factor el tipo de gobierno de los países latinoamericanos a lo largo del siglo XX, el cual si bien ha variado, ya que se han dado condiciones sociales tales como dictaduras militares, influencia de populismo y socialismo con características latinoamericanas, intervenciones extranjeras, guerrillas, el retorno a la democracia, etc.; procesos que han caracterizado de manera tal al contexto latinoamericano que han generado condiciones en las que los medios de comunicación han derivado en una estructura comercial.

La privatización de los medios masivos en América Latina no ha sido exclusiva de los medios electrónicos, pues cuando aparece la radio “la región ya tenía una fuerte tradición de periódicos privados”¹¹¹, los cuales eran numerosos, muestra de ello lo proporciona Perú, país que entre 1918 y 1928 había casi triplicado el número de periódicos y revistas, de 167 a 453, lo cual se aunaba de cierta forma con la concepción de alta cultura relacionada con la prensa y la radio, en la etapa de los gobiernos oligárquicos.

En los años veinte se establece la radio en América Latina, de acuerdo a esta temporalidad en algunos países se gestan movimientos que tienen en común una base social (nacionalistas, populistas, indigenistas, etc.), tal es el caso de México.

La radio se desarrolló durante el pleno florecimiento del cambio cultural y político que tuvo después de la Revolución Mexicana...Existía interés en traducir muchos de los objetivos revolucionarios de cambio social y desarrollo nacional en una política cultural y de radiodifusión. En Perú la llegada de la radio coincidió con la formación del APRA y el Partido Socialista Peruano.¹¹²

¹¹¹ Fox, Elizabeth, *Medios de comunicación y política en América Latina: lucha por la democracia*, G. Gili, México, 1989, p.211.

¹¹² *Ibíd.*, p.212.

A pesar de ello, si bien la introducción de la radio en Latinoamérica coincidió con tales condiciones sociales, no se logró crear una estructura de radio pública, como lo ejemplifica el caso de Perú, país en el que si bien la primera emisora se crea en 1925 como parte de una iniciativa gubernamental, ésta es vendida a la empresa Marconi, lo cual fue el punto de partida para que la radio fuera desarrollada por el sector privado.¹¹³

El caso de México también resulta representativo, ya que en materia de comunicación el gobierno federal en un principio tenía una base mixta, una radio privada y una estatal, siendo esta última utilizada “primero como instrumento de información y propaganda, y luego como instrumento al servicio de la cultura y la educación.”¹¹⁴ Sin embargo, es en los años cuarenta cuando se generaliza la privatización de la radio en la región y con ello “la televisión empezó, en los años cincuenta, como una iniciativa enteramente privada.”¹¹⁵

Por otra parte hubo algunos países latinoamericanos, como el caso uruguayo, en los que se comenzaron a establecer emisoras públicas de radio, en este país sudamericano la primera de ellas fue creada en 1929, lo cual si bien podría parecer un aspecto favorable para la creación de una base pública de la radiodifusión, fue controlada por el poder ejecutivo federal, lo cual originaría un desfase entre lo que se consideraría más tarde control ejecutivo y público de los media; a lo cual se añade la falta de límites por parte del gobierno hacia la radio privada lo cual originó su expansión, principalmente en la capital del país.

Es decir, si bien se experimentaron modelos de estructuras de radiodifusión en los primeros años del establecimiento de la radio en Latinoamérica teniendo como base el carácter público del medio, poco a poco este modelo se fue privatizando, como en el

¹¹³ *Ibidem*, p.25.

¹¹⁴ *Ibid.*

¹¹⁵ *Ibid.*

caso de Colombia en 1936 bajo el argumento gubernamental de pluralizar los medios, Cuba también forma parte de esta experiencia, ya que la radio tenía carácter cultural hasta 1934, año en que cambia el modelo de comunicación como consecuencia de los acuerdos comerciales con Estados Unidos. En esta etapa que comprende a las primeras décadas del siglo XX, los medios de comunicación públicos desaparecieron para dar paso al modelo privado comercial.

No obstante cabe considerar que en algunos países latinoamericanos la estructura de los medios masivos de comunicación comenzó siendo de carácter privado, como lo muestra el caso de Argentina con la radio desde las primeras emisoras en 1923; este también fue el caso de Chile, donde “el gobierno no subvencionó las nacientes emisoras radiofónicas...tampoco intentó desarrollar un sistema de radiodifusión, ni tampoco intentó impulsar un sistema sin fines de lucro.”¹¹⁶ El caso de Brasil es una excepción porque las primeras emisoras de radio desde 1923, en forma de clubs eran de carácter privado pero no lucrativo, pues sus objetivos eran culturales y educativos, sin embargo, en 1934 se comenzó a emitir propaganda comercial.

El panorama de los medios de comunicación electrónicos cambió en América Latina cuando el modelo de sustitución de importaciones y de bienes de consumo tiene lugar desde los años veinte, con un auge mayor después de la segunda guerra mundial, es decir, en la etapa de la industrialización.

La industria nacional, la publicidad y la expansión de mercados urbanos cambiaron el marco de los experimentos tempranos en América Latina en los campos de la radio, el cine y las revistas...los países latinoamericanos no desarrollaron prácticamente ninguna tradición de organizaciones de medios de comunicación, aparte de la naciente estructura comercial de radiodifusión. No hubo actores políticos significativos que promoviesen una política de comunicación orientada a servir a objetivos más amplios de desarrollo social y cultural. En tanto, la política gubernamental...era al mismo tiempo protectora y errática.¹¹⁷

¹¹⁶ *Ibidem*, p.27.

¹¹⁷ *Ibidem*, p.214.

Esta característica de los gobiernos latinoamericanos durante este periodo (1930-1960), es decir, la ausencia de regulación de los medios, propició la creación de un panorama favorable a la expansión de los medios privados, ya que muchos de sus dueños se aliaron con el gobierno, creando monopolios comerciales, “los créditos y las inversiones gubernamentales para las infraestructuras de las comunicaciones y de la electrificación, integradas en sus políticas de desarrollo industrial, subvencionaron la expansión nacional monopolista de los media privados.”¹¹⁸

Tal panorama se complementaba con la falta de presupuesto para el financiamiento de las producciones nacionales, lo cual aunado con la falta de regulación originaba una gran importación de material extranjero, principalmente de Estados Unidos, ya que cadenas televisivas norteamericanas generaron otras especiales para América Latina, como lo hicieron Columbian Broadcasting System, (CBS) y la National Broadcasting Company, (NBC), con la cadena de las Américas y la cadena Panamericana, respectivamente.

La estructura comercial de los medios de comunicación electrónicos provocó que la programación de éstos se orientara a la atracción de grandes públicos, por lo que su contenido se volvió orientado al entretenimiento, las más de las veces siguiendo la línea o importando los programas estadounidenses, dejando de lado el contenido nacional y cultural, pues “los programas de acción y aventuras estadounidenses, vacíos de críticas sociales, atraían grandes públicos y raras veces causaban problemas con el Gobierno.”¹¹⁹

Los regímenes militares de los años cuarenta y cincuenta, generalmente no incluyeron regulaciones en cuestión de los medios masivos de comunicación, sin embargo, se siguieron dando facilidades a las empresas privadas, mediante la inversión

¹¹⁸ *Ibidem*, p.215.

¹¹⁹ *Ibid.*

y la producción mediática estadounidense, y con ello a la “apertura general al <<modelo estadounidense>> de *mass media*, basado en el entretenimiento popular y el rápido desarrollo tecnológico.”¹²⁰

De esta forma se dejaba a la deriva la difusión de información cultural y educativa, pues la función social de los medios masivos se convirtió en especialidad de los medios públicos, lo cual alejaba a la iniciativa privada de tal servicio.

Sin embargo, algunos gobiernos latinoamericanos apoyaron al desarrollo mediático público, como el de Juan Domingo Perón en Argentina al nacionalizar la mayoría de los periódicos y emisoras de radio, durante sus primeros dos mandatos presidenciales que van de 1946 a 1955; por otra parte Gustavo Pinilla Rojas en Colombia (1953-1957) y Getulio Vargas (1930-1945 y 1950-1955) en Brasil, utilizaron los medios de comunicación, en específico la radio, como instrumento político de propaganda, orientado a la creación de una opinión pública favorable a su régimen, pero también como espacio de participación social, al igual que apoyaron el desarrollo de la industria cinematográfica nacional.

Durante los años cincuenta se instaura la televisión en América Latina siguiendo el modelo privado comercial que había caracterizado a la radio, cuya inversión, contenido así como desarrollo tecnológico en la mayoría de los casos dependió de Estados Unidos; tal como puede notarse en el caso de México, que “se convirtió en el sexto país del mundo que disponía de televisión...el gobierno mexicano (Miguel Alemán Valdés) rechazó la idea de un sistema de televisión de propiedad pública. Los nuevos canales privados fueron propiedad de emisoras radiofónicas comerciales mexicanas afiliadas a redes estadounidenses de radio y televisión, la NBC y la CBS. El propio Alemán tuvo vínculos personales con la industria privada de la televisión.”¹²¹

¹²⁰ *Ibidem*, p.216.

¹²¹ *Ibidem*, p.30.

En Brasil, la situación no fue distinta, pues la televisión comienza en 1950 como parte del monopolio de Diarios y Emisoras Asociados, sin embargo es en 1962 cuando TV Globo empieza su negocio en la televisión y se asocia con Time Inc., al obtener beneficios en inversión y desarrollo tecnológico, lo que genera la creación de una de las empresas mediáticas más importantes no solo de Brasil sino de Latinoamérica.

Como se ha observado en casos la televisión se establece como iniciativa privada, a diferencia de Colombia, Argentina, Venezuela y Perú, que comienza por ser de carácter público, aunque durante los gobiernos militares bajo un régimen mixto.

Tal modelo en la televisión no perduró por mucho tiempo, pues en el caso venezolano con la dictadura de Marcos Pérez Jiménez se crean las emisoras comerciales, canal 4 y canal 2 (RCTV) Radio Caracas Televisión, uniéndose a ello la falta de financiamiento del canal gubernamental, situación inversa a la inyección de capitales extranjeros que percibían los canales privados, como menciona Pasquali. Respecto a Perú, la televisión se inaugura en 1958 como parte de un proyecto gubernamental y de la UNESCO, cuyo objetivo era crear un canal educativo y de entretenimiento.

En 1960...la televisión comercial, hecha a imagen y semejanza de la televisión de Estados Unidos, estaba firmemente establecida en América Latina. La mayor parte de los canales habían recibido inversiones importantes de los media estadounidenses, lo cual constituía una continuación lógica de las anteriores inversiones realizadas por las redes norteamericanas en la radio comercial latinoamericana. La ABC tuvo una red de televisión sudamericana y otra centroamericana, y tanto la NBC como la CBS (junto con Time/Life y el expropietario cubano de televisión, Goar Mestre) invirtieron en los principales sistemas de televisión comercial en todos los países de América Latina.¹²²

En las décadas de los cincuenta y sesenta se presenta otro periodo en el desarrollo mediático en la región, cuyo contexto se encuentra caracterizado por la movilización social orientada a la propuesta de cambio revolucionario, ejemplo de tales revoluciones

¹²² *Ibíd.*, p.32.

es la cubana, la cual tras cambiar la estructura social con un nuevo régimen de corte socialista, cambió también el carácter de los medios de comunicación, aprovechando las ventajas que en ese momento el país tenía, ya que poseía “uno de los sistemas de medios de comunicación más desarrollados de América Latina, con más televisores per cápita que cualquier otro país latinoamericano”¹²³, al ser éste alrededor de 5,6 televisores por cada 100 habitantes, un promedio superior al promedio de 1,5 por cada 100 personas en toda Latinoamérica en 1961.¹²⁴

De allí que contara con la infraestructura necesaria para llevar a cabo el cambio de modelo comunicacional, el cual resulta ser toda una innovación en América Latina, ya que se nacionalizan los media audiovisuales, se cambia el contenido de éstos al excluirse el entretenimiento por programas gubernamentales de sanidad, educación e información, además de crear infraestructura en la producción de la información no sólo nacional sino regional como lo es Prensa Latina, asimismo se crean organismos que dan respaldo institucional a este modelo de comunicación, tal como lo es el Instituto Cubano del Arte y la Industria Cinematográfica, ICAIC.

Los estudios cinematográficos y las salas de exhibición fueron nacionalizados, igual que la radio privada y seis canales privados de televisión. La televisión se consolidó en dos canales a escala nacional en un sistema único para el país. El Canal 2 se convirtió en el canal de las noticias y la educación, mientras el Canal 6 se centraba en la cultura y el entretenimiento. Ambos se convirtieron en parte integrante del Instituto Cubano de Radio y Televisión.¹²⁵

Durante este periodo dentro de actores relevantes que participaron en las movilizaciones sociales, se encuentra la Iglesia católica en la línea de la teología de la liberación, debido a su “apoyo social a las organizaciones populares y hacia

¹²³ *Ibidem*, p.35.

¹²⁴ UNESCO, *Los medios de información en América Latina: Factor de desarrollo económico y social*, UNESCO, París, 1961, p.75.

¹²⁵ Fox, Elizabeth, *Op. Cit.*, p.36.

concepciones más radicales del cambio estructural”¹²⁶, de allí que en el ámbito de la comunicación la Iglesia tuviera un papel fundamental sobre todo como experiencia de los inicios de la comunicación alternativa latinoamericana: “las emisoras de radio...fueron convirtiéndose en un medio de comunicación alternativo para los grupos rurales y para la población urbana de clase baja.”¹²⁷

Sin embargo, no solo la Iglesia tomó conciencia de la importancia social de los medios de comunicación, sino también los gobernantes, en gran medida debido al impacto social que habían tenido éstos, principalmente la televisión. Esta conciencia se tradujo en la necesidad de generar reformas políticas al comienzo de la década de los setenta, tal como en el caso de Perú, Chile, Venezuela, México y Colombia. Tales reformas proponían: “introducir una mayor diversidad cultural en las pautas monolíticas de los media comerciales, proporcionar un acceso más amplio a los diferentes grupos sociales, emplear los media en beneficio de la educación y el desarrollo, y reducir la dependencia de los media respecto a los programas informativos y de entretenimiento procedentes del extranjero.”¹²⁸

Dichos cambios legales se encontraron con varios obstáculos, pues estaban orientados solo gubernamentalmente por lo que carecían de apoyo privado, pero también popular, “los autores de la reformas eran incapaces política, técnica y financieramente, de aplicar las medidas propuestas de propiedad social.”¹²⁹ Al igual que también eran inviables en los términos en que habían sido expuestas, como en el caso peruano, en el que el gobierno no estaba dispuesto a dejar a los mass media en manos de la propiedad pública.

¹²⁶ *Ibidem*, p.217.

¹²⁷ *Ibidem*, p.218.

¹²⁸ *Ibid.*

¹²⁹ *Ibidem*, p.219.

En el caso de Chile, si bien las reformas legales correspondientes a los medios de comunicación, habían comenzado durante el régimen de Eduardo Frei, (1964-1970), al crearse una red nacional de televisión y de radio, garantizar el derecho de réplica y regular el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación privados, y a pesar de que estas reformas se profundizaran con Salvador Allende (1970-1973), todas ellas vinieron abajo con la dictadura militar de Augusto Pinochet (1973-1990), no obstante, cuando éste da el golpe de Estado en 1973 “la mayor parte de los periódicos, las emisoras radiofónicas y los canales televisivos estaban bajo el control de la oposición derechista y demócrata cristiana”¹³⁰, los cuales, con el apoyo financiero de la Agencia Central de Inteligencia (CIA), fueron pieza clave durante la presidencia de Allende, ya que se encargaron de moldear la opinión pública en su contra “el objetivo era claro: desacreditar al socialismo y despertar el miedo entre la población chilena.”¹³¹

En cuanto a Venezuela, la reforma mediática obedecía a una necesidad del gobierno de recuperar el control de los medios de comunicación en manos privadas, debido al poder tanto político como económico que éstos estaban logrando y al mismo tiempo de brindar espacios de participación a los diversos grupos sociales, aunque tal modificación no pudo llevarse a cabo, pues si bien “la polémica reforma fortaleció básicamente el papel del Gobierno como propietario y regulador de los media...sin embargo, enfrentado [el gobierno] a una crítica creciente del sector privado y a la oposición de diversos partidos políticos, acabó por abandonar su propuesta.”¹³²

Respecto al caso mexicano, la reforma se concentraba en “la creación de media de propiedad gubernamental y la introducción de un derecho constitucional a la

¹³⁰ *Ibíd.*, p.38.

¹³¹ Le Monde, [Una conspiración mediática derrocó a Allende hace 36 años](http://salvadorallende.blog.lemonde.fr/2009/09/16/una-conspiracion-mediatica-derroco-a-allende-hace-36-anos/), 16 septembre 2009, <<http://salvadorallende.blog.lemonde.fr/2009/09/16/una-conspiracion-mediatica-derroco-a-allende-hace-36-anos/>>, [consultado el 10 de enero de 2012].

¹³² *Ibíd.*, p.220.

información”¹³³ por lo que puede notarse, al igual que en los demás casos, que constituye un intento del gobierno por recuperar la propiedad y regulación de los medios de comunicación a través de la promesa de la participación ciudadana; no obstante, como sucedió en el caso de Venezuela la oposición, conformada por los medios privados, ocasionó que la reforma no tuviera las consecuencias deseadas.

En lo correspondiente a Colombia, las reformas mediáticas propuestas en este país tuvieron lugar con Belisario Betancur (1982-1986), en ellas se proponía la reorganización de la televisión y la generación de canales regionales, al igual que las anteriores reformas planeaban abrir el espacio mediático a los diferentes sectores de la población, aunque si bien tales reformas se llevaron a cabo, “consiguieron pocos cambios reales y quedaron rápidamente absorbidas por las fuerzas políticas y comerciales tradicionales.”¹³⁴

Se puede notar que en los países en los que las reformas a los medios masivos de comunicación fueron planteadas, se encontraron con una oposición en la que generalmente figuraba la propiedad privada mediática nacional e internacional (como lo demuestra la inversión indirecta de Estados Unidos en contenido), la cual defendiendo sus intereses de lucro no dejó que tales iniciativas reformistas pudieran llevarse a cabo de la forma esperada o siquiera pudieran implantarse, a ello se le añade el que los gobiernos latinoamericanos y los partidos políticos, para legitimarse o bien, para garantizar el apoyo popular, respectivamente, necesitaran del apoyo de los medios masivos de comunicación.

A consecuencia del alcance y la importancia crecientes de los media en las campañas políticas, los políticos y los autores de las reformas en América Latina dependían cada vez más de los media nacionales y transnacionales para la supervivencia y conservación del poder. El creciente poder político

¹³³ Ibid.

¹³⁴ Ibídem, p.221.

de los media limitó la capacidad de los reformadores para aplicar sus programas.¹³⁵

En parte por esta razón, se dejan a un lado los intentos reformistas en el rubro de los medios de comunicación, pero también otro factor importante es la nueva generación de dictaduras de los setenta y ochenta, las cuales descartan estos intentos de reforma, pues “la política de comunicación se convirtió en una combinación de expansión comercial de mercado libre, innovación tecnológica, corrupción, censura política, represión y propaganda gubernamental.”¹³⁶

En lo concerniente a la dictadura militar en Argentina, ésta no mantuvo alguna regulación respecto a las actividades de los medios de comunicación, sobre todo en lo que se refiere a las limitaciones de los medios privados, ya que “la televisión por cable se desarrolló sin orden y sin regulaciones; las radios comerciales privadas violaban constantemente las limitaciones jurídicas del tiempo de publicidad e ignoraban las directrices nacionales de descentralización y regionalización.”¹³⁷

Por otra parte se encontraba en Uruguay el ejemplo de censura y represión en los medios de comunicación, a la vez que éstos fungían como instrumentos legitimadores de la dictadura mediante la propaganda gubernamental, pues “los militares uruguayos crearon una Oficina Nacional de Relaciones Públicas encargadas de informar de los logros del régimen, organizar la opinión pública a favor de sus programas y contrarrestar las informaciones internacionales desfavorables a su dictadura.”¹³⁸ En otros casos, las dictaduras militares impulsaron el desarrollo de la estructura mediática privado comercial, tal como sucedió con la industria fílmica de Chile.

Los regimenes autoritarios ejercieron un control y una censura casi totales sobre la radio, la televisión, los periódicos, las revistas, y también sobre el teatro, la música y la mayor parte de las formas de entretenimiento...sin

¹³⁵ Ibid.

¹³⁶ Ibídem, p.222.

¹³⁷ Ibid.

¹³⁸ Ibídem, p.223.

embargo, la política de mercado libre y el auge del sector privado especialmente en la publicidad, permitió que algunos cineastas nacionales independientes creasen una base financiera y técnica para su trabajo.¹³⁹

Otro ejemplo de dicho desarrollo se encuentra en Brasil, donde TV Globo, uno de los importantes conglomerados mediáticos en la actualidad, se desarrolló durante la dictadura militar de 1964-1985, esta empresa mediática si bien en un principio se mantuvo fiel al gobierno, posteriormente fue un factor importante en la victoria de Tancredo Neves en la campaña electoral presidencial en 1985.

Sin embargo, mientras esto sucedía con el sector empresarial, la comunicación alternativa también se desarrolló, ya que ésta fue parte de la organización y resistencia social ante la autoridad militar. No obstante este modelo de comunicación no lograría su consolidación con el retorno a la democracia, debido a las condiciones en que se desarrollaron paralelamente los medios de comunicación privados, al incrementar estos últimos su poder económico, técnico y cobertura, así como el de los conglomerados mediáticos internacionales, lo cual generó una independencia económica y política.

Esta situación originó que los gobiernos democráticos siguientes no pudieran hacer gran cosa ante la formación de monopolios mediáticos, de la misma manera que lo fue el desarrollo de un sistema de comunicación nacional que moderara la intervención estatal, debido a la experiencia de las dictaduras y en sí histórica de América Latina.

Desde la época del caudillismo militar...pasando por las dictaduras militares institucionales, los sistemas de partido de Estado y el simple abuso de poder de los regimenes formalmente democráticos...los medios de Estado han sido en lo fundamental instrumentos del gobernante en turno.¹⁴⁰

A esta contradicción se le añade otra, como lo ilustra el caso argentino, en el cual los medios de comunicación privados por una parte demandan protección al mercado y

¹³⁹ Ibid.

¹⁴⁰ Rincón, Omar (comp.), *Televisión pública del consumidor al ciudadano*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, p.114.

apoyo económico por parte del gobierno, pero por otro lado se niegan a la regulación respecto a la expansión mercantil.

En el caso de Uruguay, los obstáculos para la creación de medios de comunicación públicos durante esta etapa, no solo se expresaban en la oposición política y económica por parte de los medios privados, principalmente la radio, sino también se encontraba en el temor del regreso de un gobierno militar.

Aunque también hay que recordar que si bien se erigieron dictaduras en Latinoamérica, de la misma manera hubo revoluciones, como sucedió en Nicaragua donde se instauró un gobierno revolucionario en la década de los ochenta, el cual tal como lo hiciera Cuba, realizó reformas estructurales en el ámbito comunicacional, dando como resultado una organización mixta en la radio y estatal en la televisión.

El Canal 6, perteneciente al presidente Somoza, se convirtió en propiedad única en 1979. El Canal 2 que pertenecía a propietarios privados cercanos a la familia Somoza, fue expropiado un año más tarde. Los dos canales se fusionaron para construir el sistema de televisión sandinista...El nuevo gobierno creó el Instituto Nicaragüense de Cinematografía y dio un gran impulso a la educación de masas y a la participación...en otras formas de comunicación.¹⁴¹

Sin embargo, actualmente la estructura de los medios de comunicación en la mayoría de los países latinoamericanos obedece a una lógica privado comercial en amplia expansión, como se puede notar desde su fortalecimiento en los años noventa, la cual a su vez ha ido ampliando su cobertura con ayuda de la nueva tecnología en comparación con los inicios de la televisión, época en la que “el mayor auge de la radiodifusión y la televisión se...[encontraba] en las zonas urbanas, donde es mayor la concentración de habitantes”¹⁴² y también de servicios.

En este periodo también se observaba la falta de personal capacitado y la necesidad de crear una red de información para América Latina, con finalidades

¹⁴¹ Fox, Elizabeth, *Op. Cit.*, p.41.

¹⁴² UNESCO, *Op. Cit.* p.21.

culturales y educativas con el fin “de facilitar el intercambio entre países no solo para favorecer el desarrollo de todos los medios de divulgación, sino también para acelerar su aplicación en campañas educativas y de información...aún no existen centros de documentación regional que puedan facilitar el intercambio de información y materiales de interés a todos los países latinoamericanos.”¹⁴³

Esta situación en la que se encontraba Latinoamérica a mediados del siglo XX, en la actualidad nos queda muy alejada, ya que hoy en día la Internet hace realidad las necesidades de comunicación expresadas en el siglo pasado, pues si bien es una red de información e interacción con finalidades económicas, ha hecho posible la creación de una red compleja de información y relaciones sociales a nivel mundial, por lo cual puede erigirse como una posibilidad de integración comunicativa democrática latinoamericana.

Respecto a la propuesta que surge de integración latinoamericana en el aspecto de la comunicación, cabe señalar que el obstáculo a vencer lo representa la estructuración comercial mediática mundial actual, la cual no es sino una expresión del capitalismo en el ámbito de la comunicación, debido al contexto histórico en el que se ubica adquiere características propias de los procesos de globalización.

Se trata de un hecho histórico, que sobre todo en el capitalismo se expresa en una creciente internacionalización y en cambios...que afectan el comercio, la inversión, la producción, la tecnología, los mercados financieros, la organización institucional y en realidad la vida toda...modifica la relación entre lo nacional y lo internacional; se relaciona estrechamente, aunque a la vez de una manera desigual, con un gran avance científico-tecnológico...una reestructuración de la producción, de la economía y de otros aspectos de la vida social y cultural...se acelera el ritmo o velocidad de múltiples fenómenos; se registran interconexiones que en buena parte hacen posible y a la vez resultan del progreso de las comunicaciones y la tecnología de la información...tiene probablemente su principal rasgo el de la mundialización del capital. Y todo ello altera el viejo cuadro de contradicciones... [ya que] bajo la globalización...neoliberal, el

¹⁴³ *Ibíd.*, pp.22-23.

capitalismo se vuelve más insensible, injusto y desigual...Los países subdesarrollados...son más dependientes.¹⁴⁴

Con ello se quiere decir que la globalización es una reestructuración mundial, de los fenómenos o procesos actuales que no deja de lado al ámbito de la comunicación, ya que la vuelve una mediatización de carácter comercial, dando como resultado una sociedad de la información más que una sociedad del conocimiento, como lo menciona Luis Suárez, la cual como producto de la globalización se caracteriza por “una concentración de los capitales y una interacción con la tecnología, que no sólo sirve a la información y a la comunicación pudiéramos decir, periodística, sino a la bancaria y financiera”¹⁴⁵, lo cual hace mención a lo poco que se ocupan las empresas mediáticas de la información de la creación de material realmente valioso, pues si bien “la tecnología favorece la comunicación aunque no siempre a la información: muchas veces la dificulta, oscurece y desvía.”¹⁴⁶

De tal forma que la globalización de los medios de comunicación privado comerciales y de su contenido sea observado como el soporte ideológico cultural para el mantenimiento del orden mundial actual; esta situación refleja la interrelación de poderes, simbólicos, políticos, económicos y coercitivos, muestra de ello lo conforma la convivencia entre ellos.

Los grandes medios de difusión masiva son parte fundamental de la estructura del poder...mantienen nexos inevitablemente con el poder político en todos los niveles y en diversas formas, unas veces apoyándolo y otras como parte de la oposición y todo el abanico de posibilidades intermedias. En general al iniciarse el siglo XXI eso ocurre prácticamente en todos los países, socialistas y capitalistas, desarrollados y subdesarrollados, en las metrópolis y en las naciones emergentes.¹⁴⁷

¹⁴⁴ Aguilar, Monteverde Alonso, “Globalización, capitalismo e integración latinoamericana” en Carlos Véjar Pérez-Rubio (coord.), *Globalización, capitalismo e integración latinoamericana*, Plaza y Valdés, México, 2006, pp.17-18.

¹⁴⁵ Suárez, Luis, “Teoría y práctica de la comunicación social latinoamericana” en Carlos Véjar Pérez-Rubio (coord.), *Globalización, capitalismo e integración latinoamericana*, *Op. Cit.*, p.77.

¹⁴⁶ *Ibidem.* p.78.

¹⁴⁷ Jiménez, Lazcano Mauro, “Medios masivos en México y América Latina: panorámica y Proposiciones” en Carlos Véjar Pérez-Rubio (coord.), *Globalización, capitalismo e integración latinoamericana*, *Op. Cit.*, p.118.

Con ello es posible notar que si bien hay medios que apoyan el poder político nacional, como es el caso de *The Washington Post*, *The New York Times* y CNN en Estados Unidos, al igual que Televisa y Televisión Azteca en México, *El Mercurio* en Chile, también es posible observarlo en países de corte socialista como el *Granma* y *Prensa Latina* en Cuba; lo mismo sucede con los de oposición, a los cuales es posible ubicarlos en un papel sobresaliente principalmente en las coyunturas históricas, tal es el caso de *The Washington Post* y *The New York Times* contra el presidente Nixon o *El Mercurio* en el golpe militar de Chile, aunque su presencia constantemente es opacada por los media que apoyan al poder político establecido, principalmente debido al carácter comercial de éstos en un contexto político nacional de corte neoliberal.

De manera que también es cierto que dentro del aparato transnacional económico se insertan los medios de comunicación como negocio, tal es el caso del Internet en cuyos monopolios, “crecen las regalías fabulosas por el uso de la tecnología y su constante renovación. Esto ha generado, en una sola persona, Bill Gates, uno de los capitales más grandes del mundo y de la historia.”¹⁴⁸ Es esto mismo lo que da cuenta del poder comercial mediático, el cual como cualquier otro rubro de la economía capitalista se impone ante las regulaciones e instituciones nacionales e internacionales.

La concentración de los medios, su utilización, significa hoy la existencia de un nuevo poder, el poder mediático, que desplaza o mediatiza a los poderes políticos e institucionales...Los presidentes...van dejando de ser políticos...[las decisiones] las toman los diez primeros hombres de negocios del mundo.”¹⁴⁹

Situación que sintetiza la interrelación de los diversos poderes en uno de ellos, mediante su articulación de forma implícita, lo que ha llevado a grandes ventajas ya sea económicas, de legitimidad y de prestigio. Tal expresión resulta ser observable en Latinoamérica, pues “si revisamos la historia reciente de los países de América Latina,

¹⁴⁸ Suárez, Luis, *Op. Cit* p.78.

¹⁴⁹ *Ibíd*em, p. 79.

encontramos que la mayor parte de los gobernantes, desde los dictadores hasta los elegidos por procesos considerados democráticos...no representan ni defienden los intereses de sus pueblos sino los de los poderes económicos y políticos transnacionales.”¹⁵⁰

En este panorama América Latina, además de compartir con todo el mundo la concentración mediática, como indica Luis Suárez, en términos de capital, tecnología y elaboración de información, depende del extranjero en cada uno de estos ámbitos; pues si bien es cierto que existen empresas comerciales lo suficientemente fuertes en América Latina en cuestión mediática, también lo es que gran parte de accionistas, contenido y tecnología dependen del exterior, y en mayor medida de Estados Unidos.

Tal situación pudo observarla Enrique Brito al tomar una muestra para su estudio acerca nacionalidad del material audiovisual, cinematográfico y televisivo, la cual tuvo lugar el 20 de septiembre del 2002 en la Ciudad de México, en ella se puede notar que de las 45 películas exhibidas, 27 de ellas, es decir, el 60%, eran norteamericanas, 8 de origen europeo, 5 mexicanas, 4 latinoamericanas y 1 hindú. Esta misma disparidad es notada en los programas de televisión, tal como lo observó el autor mencionado respecto a la programación de Televisa correspondiente a ese día, pues nuevamente el 60% de la programación correspondía a productos estadounidenses, es decir, 30 de los programas, mientras que los mexicanos solo eran 13.

En lo concerniente al tipo de los programas o películas importados, se tiene que “casi la totalidad...corresponde a géneros de ficción: películas, series, miniserias,...dibujos animados...Los de carácter documental, educativo, deportivo, etc.,

¹⁵⁰ Brito, Velásquez Enrique “Globalización, capitalismo e integración latinoamericana” en Carlos Véjar Pérez-Rubio (coord.), *Globalización, capitalismo e integración latinoamericana, Op. Cit.*, p. 88.

ocupan un porcentaje ínfimo”¹⁵¹, este tipo de contenido da cuenta del carácter comercial de la programación que se intercambia.

Con ello se da cuenta de que la industria cultural en América Latina tiene el carácter de cualquier tipo de industria, ya que la importación y exportación en este ámbito tiene las características de cualquier otra rama pues muestra la misma tasa deficitaria, como se observaba en los noventa cuando “los países latinoamericanos y el Caribe...importaban en su conjunto, cinco veces más bienes culturales de los que exportan...el 5.1% de las importaciones mundiales, pero sólo el 0,8% de las exportaciones...Los medios que integran el espacio audiovisual inciden más que cualquier otro en el déficit de la balanza de bienes culturales. Un estudio realizado por la UNESCO señalaba que el 36% de las importaciones de dichos bienes corresponde directamente a la radiodifusión (casi en su totalidad al sector televisual) y un 42% al cine, la fotografía y la música. El 78% de las importaciones pertenece a bienes culturales relacionados con el campo del audiovisual.”¹⁵²

En lo que respecta a la exportación, principalmente a nivel regional, pero sin que por ello se descarte su internacionalización, se tiene la de los programas televisivos, especialmente las telenovelas, cuya exportación así como la de los demás programas se debió a la crisis cinematográfica desde la década de los sesenta y al éxito alcanzado a nivel nacional como explica Getino; siendo México y Argentina los primeros en exportar telenovelas, más tarde lo haría Brasil.

Actualmente la exportación de telenovelas se ha diversificado a más países, entre ellos de los más importantes han sido Venezuela, Chile y Colombia, logrando así que “el 80% de las exportaciones televisivas latinoamericanas o extraregionales

¹⁵¹ Getino, Octavio, *Op. Cit.*, p.201.

¹⁵² *Ibíd.*, pp.186-187.

procedan del rubro de las telenovelas”¹⁵³ llegando incluso a países como Alemania, Italia, Japón, Rusia, Medio Oriente, entre otros, lo cual ha originado, según Getino, un relativo superávit principalmente en los intercambios interregionales.

Dichos intercambios económicos mediante productos culturales, revela el carácter de empresa de los medios de comunicación imperantes, al tiempo que dan cuenta de que la comunicación, una invención humana tan vieja como la historia de nuestra existencia, ahora sea controlada, como lo han sido demás espacios públicos, por el gran capital, en este caso en su forma de oligopolio, aunque no deja de observarse también su aspecto monopolístico, pues el espacio comunicativo “acaparado por un sector cada vez más limitado en número, pero más poderoso...sienta las bases del monopolio”¹⁵⁴, pues si bien son contadas las empresas alrededor del mundo con el control total de los medios de comunicación entre ellas siempre hay una que se impone a las demás, aunque no dejan de cesar sus condiciones y negociaciones constantes entre sí y respecto a otros sectores industriales.

Ya estamos viviendo la época de consolidación de un nuevo imperio, que suele identificarse con Estados Unidos, pero que en realidad se entrecruza y recombina con otras fuerzas de tipo transnacional, como las compañías, corporaciones, empresas, potencias financieras, que llamamos precisamente así; transnacionales, que rebasan a ese país, junto con todos los organismos de las Naciones Unidas y los organismos comerciales, como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Mundial, el Gatt, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, los proyectos Plan Puebla-Panamá y Área de Libre Comercio de las Américas y otros.¹⁵⁵

Tal es el caso de las transnacionales en el ámbito de la comunicación, las cuales están compuestas por las corporaciones de los megamedios, los conglomerados empresariales de éstos, pues “los monopolios han hecho buen uso de esta <<libertad>> [haciendo referencia a uno de los valores universales proclamados por la revolución

¹⁵³ Ibídem, p.206.

¹⁵⁴ Bernal, Sahagún, Víctor Manuel, *Anatomía de la publicidad en México: monopolio, enajenación y desperdicio*, Nuestro tiempo, México, 1985, p.16.

¹⁵⁵ Maza, Enríquez “Los retos de la globalización para la comunicación y la integración latinoamericana” en Carlos Véjar- Pérez Rubio, *Globalización, capitalismo e integración latinoamericana*, Op. Cit, p. 97.

francesa de 1789] constituyéndose en la columna vertebral de todo el sistema, en nuestros días principalmente a través del *conglomerado* que se expresa cabalmente en las llamadas empresas multinacionales. Éstas son, a nuestro juicio la forma más acabada de imperialismo y alrededor de ellas gira en la actualidad una parte cada vez más importante de la actividad económica del mundo occidental, y son las que centralizan la producción, distribución y venta de mercancías de casi todo tipo.”¹⁵⁶

Dichos conglomerados, si bien tienen una gran influencia en la política, no proporcionan la información y el análisis de forma adecuada para entender la realidad social a nivel mundial, regional y nacional, pues como menciona Enrique Maza “por eso le importa a la sociedad saber quién es el dueño de los medios de comunicación y cómo los usa para transmitir, o para no transmitir, o para distorsionar la información y las imágenes que pesan en el proceso democrático.”¹⁵⁷

Los intereses de los media comerciales no pueden ser otros que el lucro y la ganancia dejando de lado su responsabilidad social: “Dice Murdoch: Todos los periódicos circulan para obtener ganancias. Yo no dirijo nada por responsabilidad.”¹⁵⁸; estas palabras de uno de los dueños de los conglomerados mediáticos más poderosos del mundo ha constatado que “los medios son compañías realizadoras de un producto de consumo público, y así se les trata”¹⁵⁹, por lo tanto se cuenta mayoritariamente con medios de comunicación “dirigidos a atraer la atención del público hacia el consumo de determinados bienes o la utilización de determinados servicios”¹⁶⁰ pues tienen carácter de empresas.

Es por ello que al tener la publicidad un carácter comercial por estar orientada a determinar las decisiones de compra y consumo, la presencia de los productos en la

¹⁵⁶ Bernal, Sahagún, *Op. Cit.*, p. 19.

¹⁵⁷ Maza, Enríquez *Op. Cit.*, p. 104.

¹⁵⁸ *Ibid.*

¹⁵⁹ *Ibidem*, pp. 104,107.

¹⁶⁰ Bernal, Sahagún, *Op. Cit.*, p. 34.

publicidad mediática logra hacerse útil para la venta de éstos, aumentar su demanda y su precio, generando, como menciona Bernal, que se establezca el círculo de la actividad económica al que refiere con la concentración de capital-publicidad-monopolio-publicidad-concentración de capital.

De tal forma que la estructura comercial mediática actual nos presenta a los medios de comunicación monopolizados, en un número reducido de megamedios, “los 12 imperios dominantes son: Disney Capital Cities –ABC; Time Warner- Turner; News Corporation; Beterlsman, de Alemania; General Electric–NBC; Westinghouse–CBS, hoy CBS Inc.; Newhouse/Advanced Publications; Viacom; Microsoft; MATRA-Hachette-Filipacchi; Gannett; Tele-Communications Inc. (TIC), coloso de cablevisión.”¹⁶¹

Estos grupos tienen una reciente aparición en la escena mundial, ya que “en las dos últimas décadas se crearon estos inmensos conglomerados de medios de comunicación: los megamedios, corporaciones gigantes que invirtieron en televisión, cablevisión, prensa, radio, industria editorial y computación. Mediante la inversión de miles de millones de dólares, los medios se fundieron con compañías comerciales y les quitaron su razón de ser inicial: los convirtieron en un negocio y dejaron de ser un servicio.”¹⁶²

Es de esta forma que los medios de comunicación, al tener un carácter comercial y al conformarse como conglomerados empresariales transnacionales, tienen la característica de incidencia en el panorama global de la comunicación, lo mismo que su conformación puede venir de distintos puntos del orbe. América Latina no es la excepción pues en esta región “se están consolidando más y más gigantes de las comunicaciones que, proporciones guardadas, son comparables a los grupos de Estados

¹⁶¹ Maza, Enríquez *Op. Cit.*, p. 107. Ver Anexo.

¹⁶² *Ibíd.*, p.102.

Unidos y Europa. Los primeros países que vienen a la mente son México y Brasil.”¹⁶³ Otros monopolios mediáticos latinoamericanos además de Televisa en México y O’Globo de Brasil, son el Grupo Clarín de Argentina y la Organización Cisneros de Venezuela.¹⁶⁴

En el caso de México, Televisa forma “el gran monopolio que controla la teledifusión en México...[desde] la fusión de Televisión independiente y Telesistema Mexicano en enero de 1973”¹⁶⁵, el cual como refiere Bernal, se encuentran relacionado con “decenas de empresas más de las veces unidas, en subordinación, a los grandes consorcios internacionales, y que van de los propios medios publicitarios como la radio, diarios y revistas, a los servicios turísticos y la producción de vidrio, de hierro y acero, de empaques, de materiales para construcción e infinidad de otras mercancías.”¹⁶⁶

Este monopolio continúa en la actualidad teniendo el papel principal en los medios audiovisuales mexicanos, aún y después de haberse abierto, supuestamente, la competencia a más televisoras, ya que TV Azteca, que conforma el otro gran monopolio mexicano, no ha llegado a una cobertura y penetrabilidad nacional e internacional como la de Televisa, a pesar de que lo conforman una gran cantidad de empresas, es decir, forma un conglomerado empresarial como el resto de los monopolios de Latinoamérica, pues su dueño Ricardo Salinas Pliego es el creador del grupo Salinas, uno de estos holdings empresariales constituido por empresas mediáticas: telefonía, televisión e Internet, de servicios financieros y comerciales, además de fundaciones sociales, que trabajan en la difusión de una supuesta imagen humanitaria de la empresa.

¹⁶³ Ibídem, p. 111.

¹⁶⁴ Ver Anexo.

¹⁶⁵ Bernal, Sahagún Víctor Manuel, *Op. Cit*, p. 130.

¹⁶⁶ Ibídem, p. 131.

La publicidad de sus productos se puede notar que es exclusiva de los canales de televisión de TV Azteca en México, el 13 y el 7, cada uno con diferente programación, el primero orientado a los adultos y el segundo a los niños y jóvenes, sin embargo, dicha programación no dista de la de Televisa, pues se encuentra orientada al entretenimiento.

De tal forma se puede observar que ha cambiado el panorama que se ha ido gestando en México desde hace poco más de treinta años en cuanto a las manos en las que se han concentrado los medios de comunicación, ya que en la década de los setenta en México, según Bernal, de las 550 radiodifusoras en AM se concentraban en las manos de 20 cadenas.¹⁶⁷

En el caso de Brasil, O'Globo obtuvo su concesión para televisión en julio de 1957 con el presidente Juscelino Kubitschek, aunque fue inaugurado en 1965. Desde 1982 ha tenido transmisión vía satelital, transmitiéndose TV Globo Internacional en más de 130 países entre los cuales figuran los latinoamericanos, el mercado hispano de Estados Unidos, Portugal, Rusia, Japón y África, ofreciendo 24 horas de programación.¹⁶⁸ Nacionalmente este medio tiene una cobertura casi del 100% pues ésta es de 99,84% del territorio brasileño con las 121 emisoras que posee.¹⁶⁹

¹⁶⁷ Las principales cadenas eran: Radiodifusoras Unidas Mexicanas con 87 estaciones en AM y 9 en FM en el país, Red RPM (División de Radio Programas de México) con 73 en AM y 1 en FM; Radio Ventas de Provincia con 50 en AM y 8 en FM; Radiodifusoras Asociadas con 44 en AM y 1 en FM, Grupo ACIR con 43 en AM y 6 en FM, Radio Visión Activa con 30 en AM y 3 en FM; Radio Cadena nacional con 30 en AM y 1 en FM; y Corporación Mexicana de Radiodifusión, con 30 en AM.

¹⁶⁸ O Globo, Distribución de canales, <http://globo.vinternational.globo.com/distribuicao_canais_es.jsp>, [Consultado el 30 de mayo 2008].

¹⁶⁹ Las importantes de estas emisoras son: TV Globo Rio de Janeiro por el Canal 04, TV Globo São Paulo por el Canal 05, TV Globo Minas (Belo Horizonte) por el Canal 12, TV Globo Brasilia por el Canal 10, TV Globo Nordeste (Recife) por el Canal 13, TV Acre (Rio Branco) por el Canal 04, TV Gazeta Alagoas (Maceió) por el Canal 07, TV Amazonas (Manaus) por el Canal 05, TV Amapá (Macapá) por el Canal 06, TV Bahía (Salvador) por el Canal 11, TV Verdes Mares (Fortaleza) por el Canal 10, TV Gazeta (Vitória) por el Canal 04, TV Anhanguera (Goiânia) por el Canal 02, TV Mirante (São Luís) por el Canal 10, TV Morena (Campo Grande) por el Canal 06, TV Centro-América (Cuiabá) por el Canal 04, TV Liberal (Belém) por el Canal 07, TV Cabo Branco (João Pessoa) por el Canal 07, TV Clube (Teresina) por el Canal 04, RPC TV Paranaense (Curitiba) por el Canal 12, TV Cabugi (Natal) por el Canal 11, TV Rondônia (Porto Velho) por el Canal 04, TV Roraima (Boa Vista) por el Canal 04, RBS TV (Porto Alegre) por el Canal 12, RBS, TV (Florianópolis) por el Canal 12, TV Sergipe (Aracaju) por el Canal 04

La programación de dichos canales es variada, incluye entretenimiento, noticias y deportes, entre otros; y aunque el verdadero objetivo de este monopolio al menos no se ha hecho público, de una forma tan descarada como el de Televisa, en su forma oficial es el del entretenimiento bajo la forma de “estrechar los lazos culturales entre Brasil y otros países”¹⁷⁰, lo cual realmente no son intereses culturales, sino más bien comerciales.

Otro ejemplo de monopolio mediático en Latinoamérica lo proporciona El Grupo Clarín, el cual es el monopolio mediático más grande de Argentina, ya que “controla más del 40% de los contenidos que circulan en los medios de comunicación”¹⁷¹ nacionales.

Este conglomerado al igual que el monopolio brasileño disfraza el objetivo que persigue, siendo en el fondo el mismo que cualquier otra empresa privado comercial, al mencionar Ernestina Herrera de Noble que la finalidad del Grupo Clarín es servir a la gente, al informar, opinar y entretener, con ello tratan de dar un toque de objetividad y de profesionalismo, inclusive mencionan que defienden a la democracia “facilitando la discusión de los grandes temas y promoviendo el debate y la comunicación entre los distintos sectores de la sociedad.”¹⁷²

Por último, otro de los grandes monopolios latinoamericanos es el venezolano Organización Cisneros, cuya dirección está a cargo de Gustavo Cisneros, tiene participación a nivel nacional e internacional, pues “vende programación televisiva y

TV Anhanguera (Palmas) por el Canal 24. Ver: O Globo, Distribución de canales, <http://globotvinternacional.globo.com/distribuicao_canais_es.jsp>, [Consultado el 30 de mayo 2008].

¹⁷⁰ *Ibidem*.

¹⁷¹ Posse, Javier, Mapa de Medios: Cambia, todo cambia, 25 de abril de 2010, <<http://www.lineacapital.com.ar/?articulo=503>>, [consultado el 25 de abril de 2010].

¹⁷² Grupo Clarín, Principios, <http://www.grupoclarin.com.ar/content/pyv_principios.html>, [Consultado el 30 de mayo 2008].

otros contenidos mediáticos en cinco continentes y en más de 90 países”¹⁷³, aunque sus servicios van dirigidos principalmente a los hispano hablantes.

Esta organización al ser un conglomerado incluye empresas audiovisuales, siendo la principal Venevisión la cual es la “productora de contenido televisivo en español más grande de toda Sudamérica y una de las primeras a nivel mundial”¹⁷⁴, cuya programación va “desde noticias nacionales e internacionales hasta telenovelas, variedades, deportes, entretenimiento y programas educativos”¹⁷⁵, esta alcanza un 98% de la audiencia venezolana. También incluye empresas de televisión por cable, de renta de video, musical y telefónica en Latinoamérica. Aunque no sólo incluye empresas mediáticas sino también de diverso tipo: deportivas, cosmetológicas, de embalaje, agencias de viajes, infraestructura bancaria, entre otras.

Si bien este grupo cuenta con un canal educativo llamado Canal Clase, perteneciente a Fundación Cisneros cuya programación es de 24 horas y cobertura regional, ofrece una programación orientada hacia el entretenimiento, si bien no lo menciona explícitamente en sus ideales este conglomerado, si lo hace en los objetivos de su programación.

Esta concentración mediática no ha traído más que fenómenos negativos en diversos aspectos, como menciona Maza, en el aspecto económico una competencia injusta y en el espacio comunicativo limitaciones a fuentes alternativas. De manera que “la concentración afecta, sobre todo a la libertad de expresión y de creación porque las empresas de la comunicación solo producen y difunden lo que demanda el mercado...queda como una incógnita la posibilidad de sobrevivencia o la viabilidad de

¹⁷³ Grupo Cisneros, Sobre Nosotros, <[http://www.cisneros.com/\(es\)AboutUs.aspx](http://www.cisneros.com/(es)AboutUs.aspx)>, [Consultado el 30 de mayo 2008].

¹⁷⁴ *Ibíd.*

¹⁷⁵ *Ibíd.*

pequeñas empresas de comunicación, o de una revista o un periódico individual”¹⁷⁶, es decir, es necesaria la democratización mediática.

Otro problema relacionado con las condiciones sociales contextuales de la región es el acceso al contenido, en el aspecto audiovisual a principios del siglo XXI el 87% de la población latinoamericana tiene acceso a este tipo de tecnología, desatacando en ello México, Argentina, Colombia y Venezuela, el porcentaje aumenta cuando se considera a las ciudades principales en cada uno de ellos, ya que tienen una cobertura casi del 100%, según Getino, debido en buena parte a que existen los servicios que lo hacen posible.

A pesar de ello, a nivel regional el acceso a la televisión se ha calculado con 90 millones de receptores a finales de los noventa superando por mucho los 3.3 millones de 1960, según estudios de la UNESCO, este mismo crecimiento puede observarse en el número de países que poseen este medio, lista que era encabezada a mediados del siglo XX paradójicamente por Cuba.

En este aspecto es distinta la penetración de la televisión de paga a la de carácter público, pues la primera nació según el modelo de negocio de la telefonía y por ello el acceso se caracteriza por ser restringido, contrario al acceso generalizado de la televisión pública, como lo constatan el que “la TV por cable y la TV de paga tiene mayor presencia en los niveles socioeconómicos y educativos más elevados”¹⁷⁷, ya que hacia 1997, menciona Getino, solo podían acceder a este tipo de servicio el 10% del total de la población con televisión en América Latina, principalmente: Argentina, México y Brasil.

No obstante el constante aumento de este tipo de servicio comercial de televisión se ha incrementado enormemente de 2,9 millones de conexiones 1990 a 34,7 millones

¹⁷⁶ Maza, Enríquez, *Op. Cit.*, pp. 114-115.

¹⁷⁷ Getino, Octavio, *Op. Cit.* p.198.

en 2005, el incremento obedece a que “es simultáneo al de la concentración del poder de los medios en un menor de número de empresas”¹⁷⁸, lo cual origina que se acapare más mercado por pocos conglomerados mediáticos principalmente extranjeros, figurando entre ellos uno de los más importantes monopolios mediáticos latinoamericanos, el Grupo Clarín de Argentina

Es en Argentina donde se tiene el mercado latinoamericano más desarrollado respecto a distribución de televisión de paga, el cual se ha fortalecido con la unión de Multicanal y Cablevisión al comienzo del régimen de Cristina Fernández; otras empresas que también ofrecen este servicio y poseen carácter nacional son Supercanal y Telecentro. En el caso de Venezuela, hasta antes del gobierno de Hugo Chávez tiene una presencia muy fuerte Intercable, o Inter, ya que la sostenía el fondo Hicks, Muse, Tae & Furts; sin embargo, sus expectativas de crecimiento se han visto reducidas desde la ejecución de las políticas en telecomunicación por parte del actual gobierno.

En Ecuador, el líder de mercado en televisión de paga es TV Cable. Respecto a Colombia figuran UNE, ETB, Emscali, Televisa, Digital Communication Systems (empresa estadounidense), la empresa regional de telecomunicaciones del valle del Cauca, Diayuhit y Dragón Media. En cuanto a México, Megacable es la primera fuerza de cable, le sigue Cablemas, Televisión Internacional (TVI) de Monterrey y Bestel (compañía telefónica dueña de segunda red más importante a nivel nacional), aunque no hay que olvidar a Televisa dueño de Cablevisión y Sky, al igual que a Telmex, propiedad de Carlos Slim, el cual desde el 2009 ofrece TV multicanal. Respecto a Chile las principales empresas en televisión de paga y cable son VTR, Telefónica y Telmex.

Es sabido que las agencias de información son de gran importancia en todo el mundo ya que son fuente para organizaciones periodísticas a nivel internacional,

¹⁷⁸ Ibid.

algunas de ellas ligadas a los intereses de los conglomerados mediáticos, sin embargo, también existe su contraparte como la IPS-Inter Press Service, la cual es la principal fuente de información del orbe en lo concerniente a los procesos económicos, políticos y sociales con corresponsales en más de 100 países, y recibe fondos de instituciones principalmente europeas y norteamericanas, a nivel mundial y de organizaciones internacionales como la FAO, OIT, UNICEF, UNIFEM, PNUDUNESCO, PNUMA y la FNUDAP.¹⁷⁹

También existen agencias de corte regional, en el caso de América Latina son la respuesta a la necesidad de las organizaciones planteadas a mediados del siglo XX como parte de los estudios de la UNESCO en desarrollo de las comunicaciones regionales.

En la actualidad se tiene una gran variedad de éstas entre ellas destacan además de las de carácter comercial pertenecientes a los conglomerados mediáticos, las de carácter alternativo, como la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), la cual se denomina así misma como un organismo de comunicación, ya que su objetivo es la lucha por la democratización mediática más que ser una agencia de noticias, por lo que la temática que maneja principalmente se ligan con los derechos humanos, igualdad de género y participación ciudadana, como movimientos sociales, por lo cual es un espacio donde se privilegia la reflexión.

ALAI se ha desarrollado con el apoyo del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (CIID/IDRC) de Canadá, el Instituto Humanista para la Cooperación con los países en desarrollo (Hivos) de Holanda, Desarrollo y Paz de Canadá y Manos Unidas de España. Fue fundada en 1977, cuenta con un espacio consultivo en la Comisión Económica y Social (ESCOSOC) de las Naciones Unidas y

¹⁷⁹ Inter Press Service, Sobre Nosotros, <www.ipsnoticias.net/abouts/about.asp>, [consultado el 21 de febrero del 2009].

es miembro del Consejo Internacional del Foro Social Mundial. Cuenta con una revista en línea la cual es quincenal, en la que se expone el contexto latinoamericano y su problemática más importante.¹⁸⁰

Otra agencia relevante es Adital Noticias de América Latina y el Caribe, Agencia de Información Fray Tito para América Latina, la cual es una agencia de noticias de corte alternativo, que se encuentra vinculada a la Iglesia Católica de Brasil, constituida en el año 2000 con ayuda de la Agencia de Informaciones Religiosas de Italia (ADISTA), y por otras instituciones religiosas brasileñas.

Dicha agencia tiene como base la teología de la liberación como puede observarse en sus objetivos, en ellos destaca el apoyo a los movimientos sociales y a los derechos humanos, además de pretender ser instrumento de integración, es decir, pone énfasis principalmente en la transformación de la realidad latinoamericana basándose en el propio pueblo organizado, como se puede observar en su lema otro mundo es posible. Su temática es variada, toca temas relacionados con la cuestión agraria, la cultura, el arte, derechos humanos, discapacidad, ecología, educación, homosexualidad, economía, mujeres, negritud, pueblos indígenas.¹⁸¹

Entre este tipo de agencias también se encuentra la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC), red internacional de organizaciones defensoras de la paz, derechos humanos y de protección ambiental, su objetivo es la democratización mediática, el libre, fácil y equitativo acceso a la tecnología, para lo cual brinda asistencia a movimientos sociales o individuos al apoyarlos mediante proyectos de construcción de comunidades o iniciativas estratégicas para la transformación

¹⁸⁰ ALAI, Quiénes Somos, <www.alainet.org/quiene-somos.phtml>, [consultado el 21 de febrero del 2009].

¹⁸¹ Díaz, Cecilia, “Agencia de información Fray Tito para América latina ADITAL Recursos digitales”, Revista Futuros [en línea] <www.revistafuturos.info/futuros_4/webs/23_adital.htm>, [consultado el 21 de febrero del 2009], N0. 4, Vol.1, año 2003.

latinoamericana, por lo cual trata de fomentar la participación social como parte del proceso de democratización ¹⁸²

La Red ANDI América Latina, es otra de estas agencias, la cual coordina a su vez a otras con base en una agenda común, la cual es la promoción de derechos infantiles y de adolescentes, y el derecho a la información y comunicación, fomentando el intercambio de información entre las agencias que la conforman. Sus operaciones en conjunto comenzaron en el 2004. ¹⁸³

Púlsar también se encuentra entre estas agencias, ésta se crea como iniciativa de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias- América Latina y Caribe (AMARC-ALC), la cual opera desde 1995 desde su sitio web y envía información vía correo electrónico tanto a nivel regional como internacional. Funciona con una coordinadora en Buenos Aires mientras que su equipo se encuentra disperso en el resto de la región.

Prensa Latina es otra agencia de información, la cual es cubana, su centro de operaciones se encuentra en La Habana, creada el 23 de enero de 1959 es de las agencias con más experiencia en la región, la cual cubre 24 horas de información, posee 22 corresponsalías en Latinoamérica; sus servicios son contratados por varios medios latinoamericanos, televisión y radio, aunque también puede accederse vía Internet. Su temática es variada al abarcar economía, cultura, ciencia, deportes, política, comentarios, noticias, información de la vida cubana y turismo.

¹⁸² *Ibidem.*

¹⁸³ Tales agencias son: Capítulo Infancia, ligada a Periodismo Social de Argentina; ANNI (Agencia Nacional de Noticias por la Infancia) ligada a Eco jóvenes de Bolivia; ANDI (Agencia de Noticias por los Derechos de la infancia), Brasil; Agencia PANDI (Periodismo Amigo de los Derechos de la Niñez y la Adolescencia), ligada a Fundación Restrepo Barco, Colombia; ACNNA (Agencia de comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes), ligada a la Fundación Yupana, Ecuador; ANNA (Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes), ligada a la Internacional, Costa Rica; La Nana (Agencia de Noticias A favor de la Niñez y la Adolescencia), ligado a DOSES (Asociación Desarrollo, Organización, Servicios y Estudios) Guatemala; AMNDI (Agencia Mexicana de Noticias por los Derechos de la infancia), ligada a CIMAZ (comunicación e Información de la Mujer), México; Centro Dos generaciones, Nicaragua; Agencia GLOBAL de Noticias, ligada a GLOBAL...Infancia, Paraguay; Agencia Comunicación Educativa, ligada a Equipo Uno, Perú; Agencia Voz y Vos, ligada a El Abrojo, Uruguay; Agencia PANA (periodismo a Favor de la Niñez y Adolescencia) ligada a Cecodap, Venezuela. Ver: Red ANDI América latina, Conexiones, <www.redandi.org/conheca_Rede.php5?L=ES> [consultado el 20 de mayo de 2007].

Agencia Press noticias también se encuentra entre este tipo de agencias que tiene cobertura mundial, la cual desde su sede en Perú tiene corresponsales en el extranjero; esta agencia da prioridad a la rápida publicación de noticias en tiempo real, además cada portal a nivel internacional desarrolla sus propios contenidos.

ACI, es el nombre de la Agencia Católica de Informaciones de América Latina, cuyo centro es Lima, Perú, es una asociación educativa sin fines de lucro fundada el 13 de marzo de 1980, la cual desde 1989 pertenece a la Federación Internacional de Agencias Católicas (FIAC) y es miembro de la Unión Católica Internacional de la Prensa (UCIP), básicamente es una agencia de carácter religioso de tipo conservador, su contenido se distribuye por la red, aunque tiene programas de radio y televisión.

De este panorama mediático latinoamericano destaca que, si bien se ha avanzado en cuanto a la creación de medios alternativos como las agencias de prensa, la región se encuentra en la necesidad de una democratización de información, en la producción de material informativo, al igual que en el acceso tecnológico y con ello su uso y costo puedan estar al alcance de toda la población latinoamericana, incluyendo de esta forma a la de bajos recursos, como los obreros, campesinos e indígenas, que en las condiciones actuales no pueden acceder a la nueva tecnología dado que “una computadora vale unos mil dólares. Estar en la red de Internet de 100 a 200 dólares mensuales; el teléfono es esencial para lograr la conexión. Hoy, 23 países del mundo tienen el 94% de los teléfonos y la mitad de la población mundial nunca ha hecho una llamada telefónica”¹⁸⁴, y a pesar de que ya no es esencialmente necesaria una conexión telefónica para acceder a Internet, la conexión de banda ancha no es menos cara que ésta.

Esta situación refleja que las limitaciones económicas son un obstáculo para el acceso a la tecnología, lo mismo que la capacitación para su uso, aunque no menos

¹⁸⁴ Suárez, Luis, *Op. Cit.* p.78.

importante es la propiedad de los medios de comunicación, el servicio y compromiso social que se supone deberían tener para poder desarrollar una verdadera globalización en el sentido que Enrique Brito lo menciona, es decir, “una globalización verdadera [que] implica al menos dos condiciones, a saber, que exista participación de todos los involucrados, tanto en la toma de decisiones como en los beneficios del proceso....lo que realmente se da en nuestro mundo es una aparente globalización que encubre un verdadero oligopolio del comercio, las finanzas, las decisiones políticas importantes, que no beneficia a todos.”¹⁸⁵

De tal forma que una globalización verdadera, es decir, como proceso de integración, implicaría la participación de la población mundial, en este caso en el ámbito de la comunicación, cuya finalidad fuera social y no comercial, para lo cual hay que contar con un marco político que no permita la monopolización mediática a nivel nacional, regional e internacional.

b) Los medios de comunicación en el modelo informativo capitalista. El caso de México

El panorama mediático mexicano nos da cuenta de un modelo de sistema de comunicación privado comercial, es decir, inmerso en el libre mercado, al igual que toda otra empresa en la lógica neoliberal actual, en donde impera la desregulación y privatización de las diversas ramas económicas.

Dicho panorama si bien es propio de la etapa neoliberal, sus bases se encuentran en el porfiriato, pues no hay que olvidar que el capitalismo es un proceso estructural amplio que desde su incursión en los países latinoamericanos ha traído consigo una constante privatización de la esfera pública en diversos ámbitos, siendo los medios de comunicación uno de ellos, pues dicho sector al igual que otras ramas económicas en

¹⁸⁵ Brito, Velásquez Enrique *Op. Cit.*, p. 89.

México fue apropiado por la oligarquía económica mexicana de fines del siglo XIX, la cual sigue actualmente, en su mayoría, como la propietaria de los medios de comunicación electrónicos más importantes del país.

Así, el fenómeno actual de oligopolio mediático en México, si bien se encuentra consolidado en la actualidad, tiene sus raíces en un contexto en el que predominaba el liberalismo impulsado como forma de modernizar a México ya que fue en este tiempo cuando “la base de la industria televisiva se estatuye en la última década del porfiriato, momento en que se consolidan los grupos económicos que, una vez terminado el movimiento armado de 1910, impulsarán la industria de radiodifusión.”¹⁸⁶

Es en la radio donde se da el preludio de lo que se esperaría décadas más tarde con la industria televisiva, ya que si bien se comienza con una base mixta el desarrollo de los media electrónicos mexicanos, éstos se consolidan en manos privadas siendo el papel del Estado secundario en ellos, tal como se refleja en la creación de medios públicos así como la inversión en ellos, pues “el capital industrial y bancario que dará origen a la actual industria de los medios de información electrónicos, se integra casi en su totalidad con capitales extranjeros.”¹⁸⁷

De tal forma que en la época en que se consolidan los medios en México queda expresada que la finalidad de los medios queda sesgada hacia el interés privado comercial, por parte de la oligarquía económica nacional e internacional.

Con ello queda claro que el Estado si bien se encuentra presente en los inicios del desarrollo mediático, no figuró de forma contundente en ella debido en cierta medida al contexto posrevolucionario, ya que el país se encontraba reestructurándose en múltiples aspectos, muestra de ello fueron las alianzas político económicas generadas entre la burguesía nacional y la clase política, pues “los principales núcleos de la

¹⁸⁶ Fernández Christlieb Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos, México, 1982, p.87.

¹⁸⁷ Ibid.

burguesía porfiriana, admitiendo la pérdida de su poder político inician una nueva etapa del capitalismo bajo las reglas del juego que impone la Constitución de 1917.”¹⁸⁸

A lo anterior se le añade la preocupación política principal de ese entonces: la legitimación del gobierno revolucionario de Álvaro Obregón, ya que es en 1921 cuando comienzan a transmitirse las primeras emisiones radiofónicas en las principales ciudades, Ciudad de México, Monterrey y Chihuahua, en esta última las emisiones fueron hechas por personal de la Radio Telephone Company, empresa norteamericana.

Es por ello que el Estado no tiene un interés primordial en establecer los parámetros necesarios tanto políticos como económicos que debieran seguir los medios de comunicación, pues los primeros gobiernos de los años veinte preocupados por otros asuntos relegan sus funciones a organismos autónomos, como es el caso del gobierno de Obregón que encarga a la Liga Central Mexicana de Radio (organización de empresarios mediáticos) la creación de iniciativas de leyes que regularan el espacio radiofónico, es decir, se da lugar a la autorregulación, lo cual definió el carácter comercial de la radio. Sin embargo, más tarde Plutarco Elías Calles establecería un reglamento mediante la Ley de Radiocomunicaciones Eléctricas, no obstante en él no se reivindicaría la autoridad del Estado frente a los propietarios de los medios eléctricos.

De manera que fue en la iniciativa privada donde se establecieron las primeras estaciones de radio, desde su plataforma experimental desde 1921 en el Distrito Federal, Monterrey y Veracruz, hasta las que fueron propiedad de Raúl Azcárraga Vidaurrieta quién fundaría la Casa del Radio relacionada con el periódico *El Universal* mediante un acuerdo con Félix F. Palavicini. Esta relación entre prensa y radio también se daría en el caso de Martín Luis Guzmán, director del periódico *El Mundo*, quién establece la JH

¹⁸⁸ Fernández Christlieb Fátima, *Op.Cit*, p.88.

que después se transformaría en la CYB y más tarde el 14 de septiembre de 1923 en la XEB.

A la par de estos acontecimientos se crean organizaciones de propietarios de emisoras radiofónicas como la Liga Nacional de Radio fundada en 1922, el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros en 1923, que se fusionan para dar paso a la Liga Central Mexicana de Radio, la cual antecede a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

Dicha liga establece los lineamientos legales para el establecimiento del carácter comercial de los medios electrónicos ya que “desde el primer proyecto de ley por ellas elaborado, es notoria la primacía que sus emisiones tendrán sobre las de cualquier instancia gubernamental.”¹⁸⁹

Teniendo definida la línea prioritaria de la radio privada, es decir, la publicidad, en 1925 se crea la estación CYJ, en ella la compañía General Electric transmite principalmente propaganda comercial. Esta emisora en 1930 se vuelve propiedad de Palavicini, situación que hace que cambie la programación al especializarse en noticias, la cual más tarde se convertiría en la XEN.

Sin embargo, este cambio no tenía pretensiones de transformar la línea comercial de la radio privada sino que incluso ésta se reforzaría con los gobiernos de principios de los treinta, pues Pascual Ortiz Rubio aprobaría los anuncios comerciales en la radio y Abelardo L. Rodríguez, por su parte otorgaría facilidades para la expansión de la radio comercial.

Si bien las facilidades legales para la expansión de la radio se dan a principios de los treinta, es a fines de los veinte cuando ésta se expande al norte del país, además de Pachuca, Cuernavaca, Guadalajara, Morelia y San Luis Potosí, donde incursiona la

¹⁸⁹ *Ibíd.*, p. 89.

radio en el ámbito rural¹⁹⁰, siendo uno de los principales pioneros Constantino Tárnava Jr., quien de 1913 a 1926 fue socio de la firma Patricio Milmo e Hijo, casa bancaria y sociedad mercantil, empresa que despuntó durante la última fase del porfiriato dedicada a la banca y a la minería, pero que más tarde invirtió en el sector radiofónico, además de ser parte de la familia Azcárraga al casarse Emilio Azcárraga Vidaurrieta con Laura Milmo; es este último quién crea la XEU en Veracruz y más tarde expandió sus emisoras hacia el norte del país.¹⁹¹

En 1930 también se funda la XEW, en la que el accionista principal resultaba ser la Compañía México Music. Co., empresa dedicada a la venta de fonógrafos, discos y receptores de radio, filial de la RCA (Radio Corporation of America) perteneciente a la cadena NBC al ser la división radiofónica de la RCA. Con ello se puede notar la incursión extranjera en el ámbito radiofónico además de la monopolización de emisoras nacionales, ya que a la XEW se integran otras emisoras que por lógica se vuelven parte de la NBC, de la misma manera que, como menciona Fernández Christlieb, absorbió a emisoras como la XEH, la XEFI, la XEI y la XEZE.

Otra cadena que también crece durante las primeras décadas del siglo XX es la XEQ-CBS, pues desde que se conforma en 1938¹⁹² ambas cadenas, la XEW-NBC y la WEQ-CBS, estarían unidas en la organización Radio Programas México S.A.; por su parte la CYB, en la que se encontraban capitales franceses, se apropia de las emisoras

¹⁹⁰ Tal fue el caso de Nuevo Laredo con la XEFE, en Tamaulipas con la XES, en Ciudad Juárez con la XEU y en Monterrey con la XET y la XEH, esta última creada por Constantino Tárnava Jr., primer emisor de radio en México, su primera emisión tuvo lugar el 9 de octubre de 1921, después transmitiría bajo el nombre de Tárnava Notre Dame y más tarde comercialmente lo haría través de la C40 y que en 1921 se transformara en la XEH.

¹⁹¹ La expansión radiofónica en el norte fue al siguiente: en 1931 Monterrey con la XEFB; 1934 en Durango con la XEE, en San Luis Potosí con la XECZ, y la XEHF en Nogales; en 1935 en Hermosillo con la XEHB, en Irapuato con la XEBO; en 1936 Ciudad Juárez con la XEP, en Sabinas con la XEBS, en Aguascalientes con la XEBI; en 1937 Piedras Negras con la XEMU y en 1938 Mexicali con la XEOL.

¹⁹² Se unen más emisoras como las que se crean en Ciudad Obregón la XEOX, en Puebla la XEHR, la XEA en Campeche, la XEMR en Monterrey, la XETG en Tampico, la XEHL en Guadalajara, la XEPP en Orizaba, la XEAX en Oaxaca, la XEDN en Torreón, la XEWE Irapuato, la XEHQ en Hermosillo, la XEJS en Saltillo, la XENC en Celaya, la XER en Linares y la XETK en Mazatlán.

rurales, formando de esta manera su propia cadena. De tal forma que se puede notar que las cadenas radiofónicas se encuentran no sólo en manos de pocos hombres de dinero de México sino también de empresas extranjeras norteamericanas o europeas.

Con Cárdenas en el gobierno se toman ciertas medidas para la regulación de los medios electrónicos, como la creación de la Ley de Cámaras de Comercio e Industria, la cual contaba con el antecedente de la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras en 1936, que obligaba a reunirse a los empresarios de las comunicaciones electrónicas en una cámara, al igual que toda rama industrial, como parte de la organización estatal en materia económica, aunque no se consideró el cambio de modelo de comunicación sino se trató de regularlo en dicho aspecto.

La expansión de la radio en el mundo fue un fenómeno que se dio como consecuencia de la innovación tecnológica con bases bélicas, pues ésta tuvo lugar al final de la primera guerra mundial, y sería al final de la segunda en la que la expansión de otro medio electrónico haría su aparición: la televisión, razón por la cual hacia 1945, acabarían de expandirse las emisoras radiales para dar paso a las televisivas. Es así como “en 1950 la televisión se inaugura oficialmente en México”¹⁹³, sin embargo, “desde 1925 se había explorado la tecnología de la televisión en México...a mediados de los años treinta se experimentó un sistema de televisión a color, [por el ingeniero González Camarena en 1934] pero la falta de recursos y de interés de los inversionistas nacionales detuvieron...estos intentos”¹⁹⁴, aunque en 1942 mediante la estación XHIGC llevó a cabo la primera transmisión en México por González Camarena.¹⁹⁵

Con la instauración de la televisión en el país, inició su expansión con apoyo principalmente de las dos cadenas extranjeras que habían controlado la mayor parte de emisoras radiofónicas en el país, la NBC y la CBS. Durante este periodo, la legislación

¹⁹³ *Ibíd.*, p. 97.

¹⁹⁴ Martínez, Medellín Francisco, *Televisa: sigue la huella*, Claves latinoamericanas, México, 1992, p. 28.

¹⁹⁵ Mejía, Barquera Fernando, *Televisa: el quinto poder*, Claves latinoamericanas, México, 1988, p. 20.

correspondiente a los medios, menciona Fernández Christlieb, confirma la dependencia hacia los oligopolios internacionales hablando tecnológicamente, en cuestión de programación y anuncios, en este caso estadounidenses, ya que fue el modelo privado comercial el que se establecería en México con la petición para ello que se le hizo al gobierno federal en 1944, de tal forma que “la televisión mexicana surgió...adoptando el modelo comercial de desarrollo de la televisión norteamericana y enmarcó mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión comercial privada que conserva hasta nuestros días.”¹⁹⁶

El marco legal para el establecimiento de este modelo de comunicación en México fue accesible, ya que “se inicia una etapa en la que los gobiernos mexicanos apoyan decididamente-mediante política monetarias, fiscales, comerciales y laborales-al sector privado”¹⁹⁷, como en el caso del gobierno de Manuel Ávila Camacho, en el que además de disminuir el papel del Estado en la regulación mediática, incrementa aceleradamente la expansión de emisoras radiofónicas; también el periodo de Miguel Alemán Valdez “fue decisivo para el crecimiento y consolidación de la industria de radio y televisión”¹⁹⁸, quien incluso llega a participar en la industria mediática. Ambos presidentes otorgaron las facilidades legales tanto para el establecimiento de dicho modelo comunicativo como también para su concentración en manos privadas, pues “son creados monopolios internos que disponen de un gran margen de seguridad para la obtención de plusvalía. La nueva clase industrial se articula con la industria y el capital internacional, y esta alianza viene a dinamizar la industria interna ayudando a crear y consolidar grandes fortunas del país.”¹⁹⁹

¹⁹⁶ Esteinou, Madrid, Javier, *Op. Cit*, p.268.

¹⁹⁷ Fernández, Christlieb Fátima, *Op. Cit*, p 103.

¹⁹⁸ *Ibíd*em, p 103.

¹⁹⁹ Martínez, Medellín Francisco, *Op. Cit*, p. 29.

El modelo de comunicación comercial privado, incluso es impulsado fuera de la frontera mexicana, con el objetivo de abarcar a América Latina, mediante la creación en 1946 de Televisión Asociada, “grupo de los principales propietarios de estaciones radiodifusoras de América Latina con la finalidad de presionar a los gobiernos latinoamericanos para que la televisión sea concesionada a particulares...en la mesa directiva se encuentran Emilio Azcárraga como presidente, Clemente Serna Martínez como vicepresidente; Goar Mestre, de Cuba, como secretario; y Raúl Fontaine, de Uruguay, como tesorero.”²⁰⁰

En cuanto al otorgamiento de concesiones a los particulares para la televisión, a pesar de que la primera estación experimental y comercial se creara en 1946, la XE-1GC canal 5²⁰¹, la primera concesión de televisión la otorga el Estado en 1949 a Rómulo O’Farril para crear Televisión de México, S A., cuya estación le asignan las siglas XHTV canal 4; dos años después, en 1951 se otorga la concesión a Televimex S.A de Emilio Azcárraga Milmo, quien poseía la XEW y la XEQ y acciones de Radio Programas México, con las siglas XEWTV canal 2; y un año más tarde, en 1952, se otorga concesión a Guillermo González Camarena a través de la Televisión González Camarena S.A., con las siglas XHGC, canal 5.

Estas tres empresas se unen en 1955 con el nombre de Telesistema Mexicano, el cual se va extendiendo en todo el territorio nacional. Esta unificación “salva legalmente lo establecido en el artículo 28 de la Constitución...en el sentido de no permitir prácticas monopólicas en México. Las concesiones continúan perteneciendo a las empresas que originariamente las obtuvieron.”²⁰²

Si bien por un lado las estrategias de los empresarios mediáticos lograban eludir las disposiciones legales, con el gobierno de Adolfo Ruiz Cortines se generaron

²⁰⁰ *Ibíd.*, p. 30.

²⁰¹ *Ibíd.*, p. 32.

²⁰² Martínez, Medellín Francisco, *Op. Cit*, p. 25.

desacuerdos por parte del empresariado mediático, ya que es en su gobierno cuando se establecen legalmente inventorías y supervisión estatal en la programación; no obstante el sector de la industria cultural audiovisual “se encuentra esencialmente fortalecido porque al cabo de tres lustros han logrado una cohesión como grupo, respaldada por un poder económico considerable, producto del manejo de diversas empresas que ocupan lugares relevantes en otras ramas de la industria y del comercio.”²⁰³

Tal poder de los medios electrónicos se expresa en la expansión de Telesistema Mexicano hacia el mercado norteamericano y latinoamericano, a finales de los cincuenta y durante los sesenta como parte de la incorporación del video-tape, ya que permite la exportación de programas, principalmente telenovelas.

Emilio Azcárraga Milmo había invertido desde los años 60 en dos estaciones de Estados Unidos: la KMEX de los Ángeles y la KWEX de San Antonio. Con ello iniciaría la cadena que habría de convertirse en Univisión, la Spanish International Network (SIN) nacida en 1962.²⁰⁴

Ante tal situación Adolfo López Mateos pretende reivindicar el poder estatal frente al poder mediático comercial mediante la creación de la Ley Federal de Radio y Televisión en 1960, dicha ley delimita el tiempo del permiso de concesión no mayor a 30 años, además de establecer los lineamientos correspondientes a la programación, pero el punto principal de esta disposición se encontraba en el papel del Estado dentro de ella, pues “manifiesta su intención de participar por primera vez como emisor, en forma reglamentada, con la limitación de hacerlo a través de los canales operados por la empresa privada...[se especifica además] que el Estado contará con 12.5 por ciento del tiempo de transmisión de los canales comerciales.”²⁰⁵

²⁰³ Fernández Christlieb Fátima, *Op. Cit.*, p. 104.

²⁰⁴ Toussaint, Florence, *Televisión sin fronteras*, Siglo XXI, México, 1998, p. 83.

²⁰⁵ Fernández, Christlieb Fátima, *Op. Cit.* p. 100.

Esta medida resultaba ser innovadora porque aunque anteriormente el Estado había incursionado en los medios, principalmente en la radio en la década de los veinte²⁰⁶, es hasta este momento cuando logra una incursión en los comerciales.

Si bien estos adelantos legales significaban un reacomodo del papel del Estado en materia de comunicación, también significaban el establecimiento de una legislación que beneficiaba a los empresarios mediáticos, pues “los exentaba del pago de impuestos, otorgándole a cambio tiempos al Estado, lo que se conoce como tiempos fiscales (12.5%), y también se definían los tiempos que el Estado por ley se reservaba (tiempos legales).”²⁰⁷

Tal situación dejaba observar la complicidad entre medios de comunicación, poder económico y poder político, pues esta ley también consideraba la capacidad de autorregulación de tarifas publicitarias y la decisión de sus compradores por parte de los medios.

Sin embargo, con el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz se siguió avanzando en las reformas correspondientes a la comunicación, ya que es durante su gobierno cuando se recorta el tiempo de las concesiones a diez años, aunque se especifica que no deben exceder 20 años, además de impulsarse el papel del Estado como emisor, principalmente como intento de recuperar la legitimidad perdida por el gobierno federal durante este periodo.

Si bien estas medidas gubernamentales eran tomadas a favor del establecimiento de un sistema comunicacional público durante este periodo, es también cuando se abre

²⁰⁶ El secretario de Relaciones Internacionales, Abelardo J. Pani estableció en 1923 una emisora de onda corta, en 1924 se establece la estación CZE emisora oficial de la Secretaría de Educación Pública, cuyo tiempo de vida va de la presidencia de Calles hasta la de Cárdenas, pero desde 1968 se transformó en Radio Educación, la cual continua transmitiendo en la frecuencia 1060Khz, en 1929 se instala una emisora de la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo, y en 1930 se inaugura la XEFO, la emisora del PNR y después del PRM, la cual es vendida al sector privado en 1946. Ver. *Ibidem*, pp. 90-92.

²⁰⁷ Reséndiz, Rafael, “La mediocracia, la democracia y el poder”, en Maldonado, Norma Patricia (Coord.) *Horizontes comunicativos. Estudios Críticos*, Asociación Mexicana de Investigadores. Comunicadores, México, 2001, p. 107.

paso legalmente a la televisión restringida, pues en 1969 se otorga una concesión a Cablevisión, filial de Telesistema Mexicano para operar en la Ciudad de México, el servicio de televisión por cable.

Con ello despunta la industria en materia de televisión restringida a nivel nacional, ya que durante los cincuenta solo operaba en el norte del país, “esto nos hace pensar que la televisión por cable en México nació bajo una influencia muy clara de su vecindad con Estados Unidos,”²⁰⁸ pero es en la década de los setenta cuando comienza su expansión nacional, la cual sigue de forma sostenida en los ochenta, lo mismo que la cantidad de ingresos derivados, aunque sólo cubren un porcentaje poblacional muy bajo.

La verdadera expansión de la TV por cable en México se da a partir de 1970. Entre este año y 1975 se registró un crecimiento del 39% anual, o sea, seis poblaciones promedio incorporadas anualmente al sistema de cable. En 1975 las inversiones ascendieron a 175 millones de pesos y los ingresos por cuotas fueron de 66, 900,000 pesos. En 1980 el ingreso por cuotas ya se ubicaba en 130 millones de pesos y, en 1982, fue de alrededor de 300 millones de pesos...en 1985 existían en el país 74 ciudades con servicios de televisión por cable...cerca de 1, 800,000 mexicanos contaban con el servicio: apenas el 2.5% de total del población del país.²⁰⁹

Dicho crecimiento se detiene a mediados de los noventa con motivo de la crisis que enfrenta México en ese momento, lo cual detiene momentáneamente su expansión y coloca su cobertura en el 12% de la población a nivel nacional, pero posteriormente seguirá creciendo junto con otras empresas de televisión restringida de Televisa.

La incorporación de la televisión de paga junto con la unión de las principales empresas privadas de televisión en este periodo, fortalecen el poder mediático, pues tales fusiones logran establecer en diciembre de 1972 lo que hoy se conoce como Televisión Vía Satélite o Televisa, la cual se origina con la unión del Grupo Monterrey, Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, dicha empresa toma la

²⁰⁸ Toussaint Florence, *Op. Cit.*, p. 83.

²⁰⁹ *Ibíd.*, pp. 84, 86.

forma de sociedad anónima que es “la forma social que adquieren las estaciones privadas de radio y televisión en México”.²¹⁰

Televisa también cuenta con la ventaja ante la ley de no ser un monopolio y de no ser un concesionario único, pues “al igual que Telesistema Mexicano...no es una empresa concesionaria. Las concesiones de los canales 2, 4, 5 y 8 siguen siendo propiedad de las empresas que las obtuvieron originalmente: Televimex, Televisión de México, Televisión González Camarena y Fomento de Televisión Nacional.”²¹¹

Esta situación transcurre mientras que el gobierno de Luis Echeverría Álvarez toma como medida estatal el establecimiento de tiempos máximos para la publicidad en los medios electrónicos, según la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley de la Industria Cinematográfica de 1973, aunque esto no quiere decir que sean respetados por los conglomerados mediáticos en la práctica.

En la televisión [el tiempo de publicidad] no debe ser superior al 18 % del tiempo total de emisión de un canal siendo que a partir de las 20 horas y hasta finalizar las transmisiones no se puede transmitir más del tiempo destinado a la publicidad...En el radio se concede, por el contrario el doble del porcentaje, equivalente al 40% del tiempo de transmisión.²¹²

Otra medida gubernamental fue que el Estado no sólo utilizaría el tiempo de programación de los canales comerciales sino además se proponía instalar un canal de televisión estatal y varias estaciones de radio y televisión,²¹³ entre ellas la de Televisión Rural de México, Televisión de la República Mexicana, TRM, creada en 1972, canal 11, canal educativo creado en 1958, patrocinado por el Instituto Politécnico Nacional y las Secretaría de Educación Pública, y canal 13, paraestatal conformada por la Cooperación Mexicana de Radio y Televisión, compuesta por representantes de la

²¹⁰ Bohmann, Karin, *Medios de Comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza, México, 1989, p.177.

²¹¹ Mejía, Barquera Fernando, *Op. Cit.*, p. 34.

²¹² Bohmann, Karin, *Op. Cit.*, p.184.

²¹³ *Ibíd.*, p. 105.

Secretarías de Gobernación, Educación Pública y Fomento Industrial, y de SOMEX, empresa estatal.

No obstante, si bien fue un gran paso la instauración de la televisión pública en México, su incorporación tardía en el contexto nacional provocó una serie de problemas y limitaciones que condicionaron su bajo perfil ante la competencia con la televisión comercial privada.

Ésta emergiera y madurara con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia, grandes contradicciones en sus líneas de dirección, limitado apoyo tecnológico, prohibición de comercialización de sus productos y servicios informativos, quedaron muy abandonados por las políticas gubernamentales y los que llegaron adquirir condición más privilegiada...no alcanzaron la naturaleza de medios de Estado ...se convirtieron en la infraestructura comunicativa de los gobiernos para defender o promover propagandísticamente los intereses del partido más fuerte.²¹⁴

A tales problemas se le añade los de programación, y es que en casi todo el mundo se ha desarrollado una cierta línea en este aspecto que condiciona y limita el potencial de la televisión pública dado que restringe de manera importante su público.

Ha buscado enfatizar la penetración de mensajes televisivos relacionados con la alta cultura clásica occidental, vinculada a la industria cultural y política. Estos canales buscan privilegiar mensajes que consideran deficitarios en la programación de las estaciones abiertas comerciales, y así entienden su función pública como un complemento que exhibe la gerencia cultural clásica (música, ballet, ópera, teatro clásico, dramatización, dramatización de grandes novelas, cine arte, etc.) junto a la innovación cultural...hacen importantes huecos al debate intelectual, social y científico.²¹⁵

Dicha programación si bien resulta relevante al brindar un bagaje cultural a la mayoría de la población, también son blanco fácil de la competencia con las empresas comerciales, de señal abierta como restringida tanto nacionales como internacionales, que no solo brindan una programación distinta a la de los canales públicos sino que

²¹⁴ Esteinou, Madrid Javier, *Op. Cit.*, p 270.

²¹⁵ Fuenzalida, Fernández Valerio, "Programación", en Rincón, Omar, (Comp.), *Televisión pública del consumidor al ciudadano*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, p. 142.

incluso incorporan programación propia de los canales públicos, en cuanto programación infantil, cine clásico, documentales, etc.

Los problemas económicos son otro de los obstáculos de los medios públicos, tal como lo deja notar la falta de apoyo estatal con la asignación menor del gasto público por parte de los gobiernos. No está dentro de las prioridades nacionales maximizar el servicio público y más aún en un contexto neoliberal, sino que contrariamente se intenta maximizar la ganancia mediante el apoyo legal a las empresas mediáticas privado comerciales, lo cual demerita los intereses sociales en materia comunicacional, pues se requieren medios que den cuenta de la expresión de la diversidad regional y cultural del país, es decir, que sean verdaderos espacios públicos. Si bien el Estado en los setenta empezaba a ganar terreno en el ámbito de la comunicación, la televisión comercial privada estaba ya muy lejos, había avanzado demasiado en cuanto a concentración propietaria y expansión comercial.

El crecimiento de la industria mediática electrónica en México se expresó en el aumento de la conglomeración de importantes empresas y en la expansión de estaciones de radio y televisión, y por tanto, en la concentración de los medios masivos en pocas manos, ya que a pesar de que en la radio, como menciona Toussaint, haya un número mayor de propietarios éstos siguen la misma línea que la televisión en lo que concierne a la concentración de los medios, como lo demuestra el desarrollo radiofónico en la década de los setenta cuando “siete grupos controlaban el 61% de las emisoras.”²¹⁶

Tal fenómeno de monopolio no significa otra cosa que la concentración y aumento en las ganancias en la industria mediática electrónica, ya que para esa misma década “14 establecimientos (2.7% del total)...declaran ingresos brutos mayores de cinco millones, producen 20% del valor agregado de la rama, poseen 22% del capital

²¹⁶ Toussaint Florence, *Op. Cit.*, p. 83.

invertido, y 24% de los ingresos totales de la rama”²¹⁷, lo cual trae consigo también un impedimento de competencia ante tales conglomerados, al igual que ocasiona un sesgo importante en la comunicación pues “se vuelve necesario silenciar las noticias o comentarios que pueden perturbar el suave desarrollo de la <<libre empresa>>.”²¹⁸

Además de ello, es también esta década cuando los conglomerados mediáticos electrónicos se consolidan no sólo en términos empresariales sino también en el gusto del público, ya que “dejaron instaurados patrones de consumo, de control y de cultura...porque...alcanzaron su consolidación como vehículos de cultura cotidiana en el ámbito doméstico”²¹⁹; de esta manera se fortalece su expresión como medios privados comerciales en el ámbito social.

En materia legal, en lo que respecta al gobierno de José López Portillo, la legislación sobre los medios masivos electrónicos se dio en el aspecto de un mejor control de las organizaciones gubernamentales creadas en la década de los sesenta, pues “en el marco de la reforma administrativa se busca centralizar en una sola secretaría de Estado lo relativo a los medios masivos. El 29 de diciembre de 1976, la Ley Orgánica de la Administración Pública federal señala a la Secretaría de Gobernación como la encargada,”²²⁰ de esta manera se crea la RTC.

También es en este sexenio cuando mediante la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), la reforma electoral de 1977, se “mandataba el uso de los medios de comunicación, dentro de los tiempos oficiales, por los partidos políticos registrados ante la Comisión Federal Electoral; pero no especificaba más respecto a

²¹⁷ *Ibíd.*, p. 84.

²¹⁸ Bernal, Sahagún, Víctor Manuel, *Anatomía de la publicidad en México: monopolio, enajenación y desperdicio*, Nuestro Tiempo, México 1985, p. 135.

²¹⁹ Fernández, Christlieb Fátima, *Op. Cit.*, p 200.

²²⁰ *Ibíd.*, p. 208.

mensajes y tiempos fuera de los correspondientes al Estado,”²²¹ lo cual sin duda fue una laguna aprovechada por los medios de comunicación y los partidos políticos, primero para sustentar la legitimidad del PRI durante sus gobiernos al otorgarle un espacio casi completo del tiempo total elogiando sus logros, y más tarde sería motivo de compra-venta de espacios en los medios electrónicos como estrategia de campañas electorales y de forma más descarada en los dos últimos sexenios.

Durante la década de los ochenta, la radio y la televisión habían alcanzado un importante grado de desarrollo empresarial, el cual pudo ser posible debido a la connivencia entre los medios electrónicos y el poder político, lo cual puede notarse con la cantidad de concesiones a los medios electrónicos comerciales privados, pues “la infraestructura había crecido hasta casi duplicar el número de concesiones en diez años. En 1971 había 622 estaciones de radio...En 1981 había 863 radioemisoras...En 1971 eran 80 estaciones [de TV]...en 1981 existían 130.”²²²

Esta situación se traducía en una mayor centralización en la Ciudad de México, y una mayor concentración mediática de las grandes estaciones privadas de la radio, las cuales se encuentran en manos de quienes a lo largo del siglo XX han tenido la posesión de los medios electrónicos, es decir, de pocas familias. Tal es el caso de “la familia Aguirre [que] posee con Radio Centro nueve estaciones en la ciudad de México y participa además en la OIR (60 estaciones), en el interior de la República”²²³ ; mientras que Guillermo Salas es propietario de la cadena Grupo Radio Mil (NMR) y en ese tiempo director general de Canal 13; en cuanto que a Televisa pertenecen, por parte de Azcárraga Milmo, la XEW y la XEQ y por parte de O’Farrill la XEX, al igual que las

²²¹ García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras Tapia, *Medios de comunicación y campañas electorales (1988-2000)*, Plaza y Valdés, México 2006, p.54.

²²² Toussaint Florence, *Op. Cit*, p. 86.

²²³ Bohmann, Karin, *Op. Cit*, p.177.

estaciones de RPM que se encontraban en la dirección de Clemente Serna Alvear colaborador de Azcárraga.

Si bien las concesiones al sector privado comercial fueron las principales en otorgarles la libertad de explotación del espectro radioeléctrico, entre las concesiones privadas no comerciales se encuentran “las dos emisoras culturales de la capital...Radio Universidad, perteneciente a la UNAM; administrada de manera autónoma, y Radio Educación, dependiente de la Secretaría de Educación Pública”²²⁴. También pasan a formar parte del estado mediante RTC las estaciones que componían Radio Fórmula, la XEB, la XEMP y la XERPM, mientras que respecto a radios estatales se encuentra Radio Gobernación perteneciente a la Secretaría de Gobernación.

En cuanto a la televisión, Televisa en esta década se encontraba dirigida por su presidente Emilio Azcárraga Milmo, el presidente del consejo de administración Rómulo O’Farrill Jr., el vicepresidente ejecutivo Miguel Alemán Velasco, hijo del ex presidente Miguel Alemán Valdés, y el vicepresidente Alejandro Sada. La familia Sada, nos dice Bohmann, representa al grupo empresarial Alfa el cual pertenece al Grupo Monterrey, parte de la familia Garza-Sada que en 1974 se dividió en los grupos Alfa, Vitro, Visa y Cydsa. Respecto al grupo Alfa lo componen 150 sociedades subsidiarias en diversas ramas industriales como el acero, minería, embalaje, petroquímica, turística y de alimentos; dicha situación de conglomerado da cuenta de las redes empresariales a las que la industria mediática se encuentra ligada.

A Televisa también lo componen otras empresas dedicadas a la comunicación como periódicos, principalmente propiedad de O’Farrill, industria editorial y satelital en la que comienza a incursionar en este periodo, al igual que también puede encontrarse su capital, como lo menciona Bohmann, en el sector hotelero, automotriz y deportivo,

²²⁴ *Ibíd.*, p.178.

además de un alcance cada vez mayor de las emisiones de este conglomerado y de la apertura hacia las empresas transnacionales.

A finales de los ochenta y principios de los noventa comienza para los medios electrónicos la fase de la transnacionalización, en buena medida impulsada por el cambio de política de los gobiernos de ese momento, el de Carlos Salinas de Gortari y el de Ernesto Zedillo, pues la política neoliberal, que se tradujo en el Tratado de Libre Comercio con América del Norte, tuvo repercusiones en este aspecto social.

Por una parte...Televisa quiere expandir sus redes. Sus inversiones han ido buscando mercados en América Latina y en el sur de Estados Unidos...pero también...en todo el mundo capitalista...a varios países de Europa y Asia...De otra parte, las grandes compañías estadounidenses han encontrado una vía de acceso al país mucho más directa que la que tuvieron con Televisa. Mediante convenios, participación accionaria y alquiler de señales penetran al país sin demasiados obstáculos, ni legales, ni sociales, ni empresariales.²²⁵

La connivencia entre medios de comunicación y Estado siguió observándose a fines de los ochenta en el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, cuando se renuevan las concesiones a los propietarios de los medios electrónicos, pues “entre julio de 1988 y julio de 1989 vencieron 461 concesiones radiofónicas, el 50% de la radio privada del país. A pesar de las críticas de los sectores sociales, el Estado renovó las concesiones a los mismos que las usufructuaban, así como en 1990 renovó las de las estaciones de pantalla chica a Televisa por diez años más sin ninguna condición.”²²⁶

Aunque, si bien durante este gobierno se respaldó la renovación de las concesiones al sector de la comunicación privado comercial, dicho gobierno “se caracterizó por un control de la prensa, la radio y la televisión, utilizando desde el chantaje, hasta la represión... debido a las críticas de las políticas [nacionales]”²²⁷, por

²²⁵ Toussaint Florence, *Op. Cit.* p. 87.

²²⁶ *Ibidem*, p. 91.

²²⁷ García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras Tapia, *Op Cit*, pp.119, 121.

tal motivo la censura fue el ingrediente principal, no obstante, con tal de hacer negocio en este periodo a los medios no les interesó sacrificar la libertad de expresión.

Como una de las tantas medidas neoliberales adoptadas de forma abierta por el gobierno salinista, es decir, la venta de empresas estatales y paraestatales, y como pretexto de abrir los canales de comunicación, “el gobierno de Salinas ofreció en subasta un paquete de medios compuesto por los canales de televisión 7, 13 y 22, la agencia de Noticias Notimex, el periódico *El Nacional*, Los Estudios América, y la Compañía Operadora de Teatros...ante la falta de interés por *El Nacional* y *Notimex*, ante la presión de intelectuales y académicos [encabezados por Carlos Monsiváis y Héctor Águilar Camín] para no vender el Canal 22, se redujo a la venta de Imevisión, Estudios Churubusco y la Operadora de Teatros.”²²⁸

Esta era la primera vez que las concesiones, como lo menciona Toussaint se ponían a la venta, pues anteriormente “el Estado obtiene...la promesa de la inversión que cada empresa se comprometa a realizar.”²²⁹

Para dicha compra se postularon cuatro grupos empresariales, Medcom, conformada por Adrián Sada González, propietario del banco Serfín y de Vitr, Joaquín Vargas, de Multivisión y Clemente Serna Alvear, de Radio Programas de México; también se encontraba el grupo GEO Multimedia en el cual se encontraba Raymundo Gómez Flores dueño de banca Cremi, ABC Capital Cities y Paramount Pictures; Proyecto Cosmovisión en el que se hallaban Javier Pérez de Anda, Francisco Aguirre Gómez y Javier Sánchez Campuzano fue otro de estos grupos, dentro de los cuales se encontraba igualmente Radio Televisora Centro de Ricardo Benjamín Salinas Pliego y José Ignacio Suárez Vázquez.²³⁰ La oferta ganadora en la subasta de 1993 por 645

²²⁸ *Ibíd.*, pp.122-123.

²²⁹ Toussaint, Florence, *Op. Cit*, p. 144.

²³⁰ *Ibíd.*, p. 132.

millones de dólares fue la de Salinas Pliego, aunque ésta fue sospechosa pues se decía que había favoritismo, tal como más tarde se descubriría.

En junio de 1996, el *Miami Herald* implicó a Ricardo Salinas Pliego en tratos con Raúl Salinas de Gortari...según el diario Salinas Pliego habría hecho movimientos bancarios en Suiza por 30 millones de dólares anuales a través de la empresa Silvestar, misma que recibió dinero de Raúl Salinas. Se especuló sobre la posibilidad de un soborno para obtener información privilegiada respecto de la subasta de medios que se iba a llevar a cabo.²³¹

La nueva televisora, TV Azteca, además de estar implicada en estos problemas, seguiría los intereses de la libre empresa pues Salinas Pliego tras afirmar que la democracia en la televisión nada tiene que ver y de que se adecuaría a lo que la sociedad les pidiera, así fueran programas como los de Televisa²³², no dejó duda sobre la línea que seguiría para la televisión, tal como lo constatan sus primeras medidas.

Ofrecer precios bajos por su tiempo publicitario y otorgar bonificaciones...dos o más anuncios al precio de uno. También intercambio de tiempo por productos o servicios... [se enfocó en]cortar la producción de programas propios...la separación de las señales 7 y 13...el primero destinado a los jóvenes y el segundo al resto del público...Las razones para tomar dicha decisión fue que producir es mucho más costoso que comprar una serie.²³³

Además de ello, igual que Televisa, se encargaría de producir telenovelas y de exportarlas a Centro y Sudamérica a través de Telemundo, con quién intercambió programas y actores en un principio, aunque en la actualidad lo hace también a Estados Unidos mediante Azteca América, de la misma manera que también incursionaría en otros negocios como el de la música con Azteca Music en 1996, en el envío y recibo de dinero a través de la empresa norteamericana Western Unión, servicio con el que cuentan las tiendas Elektra, propiedad de Salinas Pliego.

Este conglomerado en la actualidad lo conforman, además de las empresas señaladas, con servicios financieros y comerciales como: Banco Azteca, Afore Azteca,

²³¹ *Ibíd.*, p. 134.

²³² García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras Tapia, *Op. Cit.* p.123.

²³³ Toussaint, Florence, *Op. Cit.*, p. 137.

Seguros Azteca, Círculo Crédito, Italika y GS Motors; empresas en telecomunicaciones, Grupo Iusacell; fundaciones sociales como Fundación Azteca, Fundación Azteca América y Fomento Cultural Grupo Salinas; y la empresa mediática TV Azteca, Azteca América, y Azteca Internet.²³⁴

A este periodo también lo caracterizan los cambios que en Televisa tuvieron lugar entre 1990 y 1998, en tanto nuevas divisiones de sus negocios, como reestructuración organizativa, que benefició a la familia Azcárraga, y su incursión en la bolsa de valores.

En 1997 muere Emilio Azcárraga Milmo...con su fallecimiento se suceden otros cambios en el Consejo de Administración. Su hijo, Emilio Azcárraga Jean,...Todo ello trae aparejado movimientos en la estructura, organigrama y orientación política de Televisa...En 1991 se dieron dos movimientos fundamentales: el relevo de los cuadros de su más alta dirigencia, asociado con la salida de...Miguel Alemán Velasco y Romulo O'Farril...[vendió sus acciones] Alejandro Burillo Azcárraga...la compra interna fue de aproximadamente 41% de las acciones...la familia Azcárraga quedó como propietaria de casi el 81% del capital social de la empresa...En 1997, los Cañedo White vendieron su porcentaje...[y con ello] ofrecieran su experiencia y sus conocimientos del mercado externo al competidor principal de Televisa: Televisión Azteca.”²³⁵

Es en los noventa cuando además de cambiar la estructura interna de Televisa, esta empresa logra consolidarse a nivel internacional al expandirse en el mercado norteamericano, latinoamericano, europeo e incluso africano, debido a la distribución de su programación como Galavisión que “distribuye los programas del Canal 2 a otras emisoras y sistema de cable en Estados Unidos y en 44 países de América Latina, Europa y el norte de África”²³⁶; de la misma manera que esta consolidación también se debe a sus asociaciones y compra de acciones con otras empresas mediáticas.

Luego de haber sido obligada a vender sus canales en Estados Unidos por estar infringiendo la ley de participación extranjera, en 1991 recuperó parte de lo que tenía al adquirir 25% de la cadena Univisión que posee 17 estaciones y la red Univisión que alcanza más del 90% de todos los hogares hispánicos en Estados Unidos a través de cable satélite. Los socios de Televisa en Univisión son Venevisión S:A, compañía venezolana y Jerrold

²³⁴ Grupo Salinas, *Sección Principal*, <www.gruposalinas.com>, [consultado el 6 de junio del 2009].

²³⁵ Toussaint Florence, *Op. Cit.*, pp. 95-98.

²³⁶ *Ibíd.*, p. 101.

Perrechio, un empresario estadounidense. Poseen el 25 y el 50% respectivamente...Compró 49% de la Red Televisiva Megavisión de Chile...Televisa compró el 50% de Panamsat...La nueva empresa se llama SKY y difundiría 150 canales. Daría servicio a los países de América Latina. A su vez se han asociado con...TV Globo de Brasil, Tele-Communications International (accionista de Turner Broadcasting) y News Corporation, del magnate australiano Rupert Murdoch.²³⁷

En 1995 el gobierno de Ernesto Zedillo aprueba la fusión de Telmex con Televisa, a través de Cablevisión, “el 20 de junio de 1995, la Comisión Federal de Competencia, un órgano gubernamental creado...al menos hipotéticamente, para evitar la creación de monopolios, autorizó la venta a Teléfonos de México, del 49% de las acciones de Cablevisión”²³⁸ ; con ello sin duda Televisa lograba fortalecer su grupo empresarial aún más.

A pesar de la existencia de otro competidor como TV Azteca, es Televisa quien sigue teniendo un papel predominante en la industria mediática audiovisual, pues en el ámbito internacional, “Televisa ocupa- en cuanto a ventas- un decoroso tercer lugar”²³⁹ en el mercado latinoamericano, aunque “conserva el título de la empresa televisiva más grande de habla hispana”²⁴⁰ con una cobertura del más del 90% a nivel nacional y exportar 40,000 horas de programación a más de 50 países desde Argentina hasta Estados Unidos, además de España, gracias a su sistema satelital.

Respecto al ámbito nacional, Televisa actualmente cuenta con 306 estaciones de televisión, el 50.3%, que abarca el 80% del auditorio nacional y el 70% de todos los presupuestos de publicidad en México, mientras que TV Azteca tiene 180 estaciones, el 30%, y abarca el 20% del auditorio a nivel nacional y el 30% en publicidad. En el público también es posible observar dicha concentración, ya que “siete de cada 10

²³⁷ Ibid.

²³⁸ Trejo, Delarbre, Raúl, *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet: la red de redes*, Diana, México, 1996, p.163.

²³⁹ Ibídem.

²⁴⁰ Ibídem.

televidentes ven canales del consorcio Televisa, mientras dos ven a los de TV Azteca.”²⁴¹

Actualmente este conglomerado lo conforman empresas de televisión, radio, Internet, cine, música, editoriales, marcas de productos y equipos de fútbol. En cuanto a televisión de paga se refiere le pertenecen: Sky, Cablevisión y Televisa Networks; en radio, Televisa Radio; en cine, Videocine y Televisa Home Entertainment; en música, Televisa Música, en la industria editorial, Editorial Televisa e Intermex; en Internet la empresa Televisa Interactive Media cuenta con las marcas: esmas.com, esmasmovil.com, esmastv.com.mx, gyggs.com y tarabú.com.movil.com; respecto a empresas con variados productos, la empresa Televisa Consumer Products comercializa marcas como Fotorama, Coca Cola y otras relacionadas con los programas de televisión y telenovelas de Televisa; en cuanto a equipos de fútbol le pertenecen el Club América, Necaxa y el San Luis, además del Estadio Azteca; al igual que también tiene alianzas con otras empresas como: Ocesa, Univisión, Tute, Grupo Árbol y Media Pro, y EMI Music.²⁴²

En cuanto al panorama radiofónico, en la actualidad también se encuentra altamente concentrado y centralizado, ya que 76% de dicha industria de las cerca de 1,170 estaciones de radio se encuentra en manos de 14 familias y 4 cadenas son las que concentran a la mitad de las emisoras, con el 47.8%.²⁴³ Entre los grupos empresariales más importantes se encuentran: Radiorama, Grupo ACIR, Radiodifusoras Asociadas (RASA), MVS Comunicaciones, Multimedios Estrellas de Oro, W Radio, Grupo Radio Centro y Grupo Fórmula.

²⁴¹ Cevallos, Diego, Corte apunta contra poder televisivo, 6 de mayo del 2007, <www.relebion.org/noticia.php?id=50535>, [consultado el 2007].

²⁴² Grupo Televisa, Grupo Televisa, <www.esmas.com/televisahome/v2home/>, [consultado el 6 de junio del 2009].

²⁴³ Esteinou, Madrid Javier, *Op. Cit.*, p 269.

Las medidas legales que ha tomado el gobierno mexicano durante todo el siglo XX y parte del XXI, pueden dar cuenta que los medios electrónicos comerciales privados han tenido una relación estrecha con la política, pues en México dichos medios han tenido un papel “a la vez, como aparatos hegemónicos culturales como acrecentadores del ciclo de circulación del capital, y como medios de control político... [han contribuido a la] acumulación monopólica de capital, a la reducción de los conflictos políticos y a la imposición de patrones culturales.”²⁴⁴

Esto muestra que por un lado los medios de comunicación electrónicos en México son una rama más de la economía, expandida durante las primeras décadas del siglo XX y consolidada hacia los setenta, que desde siempre estuvo en manos del capital privado y que por otro lado ha sido un factor sumamente importante en la legitimación gubernamental.

Respecto a la relación entre medios de comunicación y política, la cual se encuentra centrada en la connivencia entre ambos al intercambiar legitimidad por permisividad legal, se hace más clara en cuanto se considera el papel de los medios electrónicos en las campañas electorales durante los gobiernos del PRI, pues estuvieron condicionados a brindar un cierto tipo de información legitimadora del partido y del gobierno en turno, positiva hacia el candidato de dicho partido y negativa respecto a la oposición, al igual que el espacio otorgado a tal información era mucho mayor para el candidato priísta, tal como se puede notar en las campañas electorales de 1988.

Los medios electrónicos hablaron de política, se abrieron al tema, pero no llegaron a modificar esquemas y formas de informar y comunicar; de este modo se siguió privilegiando en tiempo y contenido la información relativa al partido en el poder y su candidato...esta desproporción fue aún mayor en lo que a televisión se refiere...la poca difusión de los candidatos llevó a minimizar a la oposición, a relegarla, a trivializarla o a desacreditar sus acciones...los mensajes tuvieron la peculiaridad de ser verticales,

²⁴⁴ Fernández, Crhistlieb, *Op. Cit.*, p. 201.

autoritarios e impositivos, se configura una falta de confianza en los emisores.²⁴⁵

Ante tal cerco mediático y ante los resultados electorales, los candidatos del PAN y del FND, Manuel Clouthier y Cuauhtémoc Cárdenas, respectivamente, inclusive propusieron un boicot a los mexicanos en contra de Televisa, además de organizar marchas y plantones en contra de dicha empresa²⁴⁶, ya que, al igual que el resto de la oligarquía mediática, daban cuenta de la política como espectáculo, podría decirse que se pasó a una falta de credibilidad ya no sólo del partido gobernante sino también de los medios de comunicación que lo legitimaban ante la demanda social que reclamaba no solo un cambio político sino también espacios para expresarse libremente, tal como la radio los dio desde el terremoto de 1985, acontecimiento que llevaría a este medio a ser un espacio de servicio social para los damnificados; a partir de ello abrió su espacio para dar voz al pueblo sobre diversos temas, pero formó parte de la estrategia para recuperar el raiting.²⁴⁷

En las elecciones de 1994 y en las del 2000, también se hizo espectáculo de la política por parte de las dos principales televisoras mexicanas, Televisa y TV Azteca, pues “la política no vende salvo cuando se convierte en un <<reality show>>”²⁴⁸, en donde “el actor político se transforma en una *star*...la política pasa a ser más una *mis in scene* (una puesta en escena)...En el caso del Internet ...*mis en page* (maqueta o diagrama de la página)...exige que el actor político sea...más que una imagen glamorosa, sonidos efecticista (gingles) y slogans comerciales...sin complicaciones en el argumento.”²⁴⁹ Tales características del personaje pueden notarse en Vicente Fox y en

²⁴⁵ García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras Tapia, *Op. Cit.*, p.56.

²⁴⁶ González, Alfredo, Televisa, la ley y la farsa, 2 de abril del 2006, <www.rebelion.org/noticia.php?id=29261>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

²⁴⁷ García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras Tapia, *Op. Cit.*, p.58.

²⁴⁸ Santos, Jesús María, “La sacralización de la televisión como paradigma mediático” en Huestas, Fernando, (coord.), *Televisión y Política*, Complutense, Madrid, 1994, p. 128.

²⁴⁹ Reséndiz, Rodríguez Rafael, “La mediocracia, la democracia y el poder” en Maldonado, Norma Patricia, *Horizontes comunicativos en México. Estudios críticos*, Críticas, México, 2001, p. 111.

su campaña electoral, ya que fue el espectáculo de ésta lo que jugaría el papel principal en las elecciones del 2000.

Existió una gran cantidad de volumen de información disponible de los partidos y los candidatos, sin que esto significara equidad...la televisión ofreció el atractivo de la imagen y por lo mismo fue el medio más predilecto para difundir las campañas. La información no fue lo principal, lo que se recuerda de lo transmitido son sobre todo los mensajes propagandísticos, a base de repetición, de frases concretas o de apelar a ciertas emociones...el marketing político hizo su aparición en las elecciones presidenciales...adquirió dimensiones que no se habían visto en procesos políticos anteriores...Las campañas se centraron en una simplificación de las propuestas y de imágenes; no hubo cabida para la reflexión, lo que contó fue la imagen y el sustento en declaraciones espectaculares o agresiones a los oponentes.²⁵⁰

En este comportamiento mediático no es raro que figurara la televisión como el principal medio para ello, ya que “los periódicos y las emisiones radiofónicas...tienen una mayor capacidad para crear una opinión a mediano plazo respecto a las distintas formaciones políticas, mientras que el medio televisivo ejerce una preponderancia manifiesta sobre la opinión pública en periodos más cortos....y llega al público culturalmente más desprotegido.”²⁵¹

De esta manera, la televisión resulta ser el medio más efectivo para “suprimir la complejidad en aras del spot publicitario, ha transformado la discusión en diálogos sordos- no hay debate sino repetición sucesiva de las ideas más elementales-y ha acabado con la reflexión pública, porque sólo se entiende el discurso más simple y reiterado. La televisión ha proclamado el reino de la imagen y la política se ha rendido a su imperio”²⁵², lo cual empobrece la crítica, pues “la imagen por sí sola no establece nada, es pobre en significación y queda la fotografía como un signo en sí misma y no de significaciones de procesos más complejos.”²⁵³

²⁵⁰ García, Calderón Carola, y Leonardo Figueiras Tapia, *Op. Cit*, p.192.

²⁵¹ López, Garrido Diego, “El espectáculo de la televisión o cómo la lógica mediática influye en las campañas”, en Huestas, Fernando, (coord.), *Televisión y Política*, Complutense, Madrid, 1994, p. 81.

²⁵² Santos, Jesús María, *Op. Cit*, p. 130.

²⁵³ Gaytán Felipe y Juliana Fragoso, *Op. Cit*.

Tal como se puede constatar en el periodo de campañas electorales del 2000, en la que dos tercios de los electores, es decir, el 66%, se enteraron de la información de los candidatos por televisión, mientras que un tercio lo hizo mediante la radio²⁵⁴, de la misma manera que tales campañas han sido las más largas del país, por lo que el bombardeo mediático mediante encuestas, propaganda, programas informativos y de entretenimiento a través de la televisión, principalmente, lograron una penetración enorme en la población mexicana, lo cual se vio reflejado en los resultados de las elecciones con la victoria de Fox, un producto mediático.

Situación muy similar se observó en las elecciones del 2006 con los incesantes spots del PRD y el PAN y la guerra sucia que tuvo lugar durante esa campaña electoral, principalmente contra el candidato del PRD Andrés Manuel López Obrador mediante el slogan de que “es un peligro para México”, o bien, que era amigo de Hugo Chávez como lo menciona Pedro Echeverría,²⁵⁵ con el objetivo de desprestigiarlo al atribuirle con esta comparación características como dictador, comunista o populista, además de todo falsas en relación con el mandatario venezolano.

Esta campaña, al igual que la anterior, implicó un enorme pago a radio y televisión para la difusión de las campañas, pues tan sólo en el 2000 dicho monto “fue del orden de 2 mil 200 millones de pesos en total, de los cuales, se asignaron a prensa, radio y televisión 1,250 millones, más del 50%. De esto, los tres principales partidos dedicaron entre 60 y el 70% a la televisión.”²⁵⁶

Tales cifras son muy parecidas a las de la campaña del 2006, ya que se gastó el 70% de los recursos de campaña, los cuales fueron distribuidos en los principales partidos PAN y PRD, principales contendientes electorales, de la siguiente manera:

²⁵⁴ García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras *Op. Cit*, p. 192.

²⁵⁵ Echeverría, Pedro, Televisa y TV Azteca son una basura tergiversan la noticia, 21 de mayo del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=51129>, [consultado el 30 de mayo de 2007].

²⁵⁶ García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras *Op. Cit*, p.196.

“Calderón 682 millones de pesos...López Obrador gastó 586 millones de pesos,”²⁵⁷ además de unos 281 mil spots sin justificar ante el IFE.²⁵⁸

Esta situación orilló a reformar el sistema electoral en cuanto a campañas se refiere, respecto al tiempo de éstas en relación a la publicidad en los medios de comunicación y a la delimitación de las personas autorizadas para realizar tal propaganda política, pero también surge como una reivindicación del poder político ante la permisividad legal que por años ha gozado la empresa mediática electrónica privada comercial y había colocado “el poder de la televisión, Televisa y Televisión Azteca...por encima de las instituciones...capaces de condicionar las contiendas presidenciales.”²⁵⁹

Tal poder había llegado a su forma descarada con la llamada Ley Televisa, mote que se dio a las reformas a la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) y de la Ley Federal de Telecomunicaciones, llamada así porque dicho conglomerado mediático resulta ser el más beneficiado por tales reformas “en donde se sacrifica el beneficio social y se privilegia el beneficio empresarial, y donde se arrebatan al Estado facultades fundamentales para la regulación del espectro televisivo y radioeléctrico...no son otra cosa que la consumación de esa nueva jerarquía de poderes.”²⁶⁰

Estas reformas en el artículo 28 de la LFRT permiten a las televisoras mexicanas Televisa y TV Azteca que les sea otorgada digitalización gratuita y además la extensión de sus servicios de telecomunicaciones,²⁶¹ mediante un canal espejo para transmisión digital, dicho canal sería otorgado por cada canal analógico y de la misma capacidad

²⁵⁷ Pardo, Gastón, Violencia política y la política de los medios, 11 de noviembre del 2006, <www.rebelion.org/noticias/2006//11/41660>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

²⁵⁸ Echeverría, Pedro, *Op.Cit.*

²⁵⁹ González, Alfredo, *Op.Cit.*

²⁶⁰ *Ibíd.*

²⁶¹ Becerril, Andrea, “Regalará el Senado mexicano más de mil millones de dólares a Televisa”, 28 de marzo del 2006, <www.rebelion.org/noticia.php?id=29036>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

que éstos, pero no se establecieron lineamientos para la recuperación del canal una vez concluidas las transmisiones analógicas.

Además de ello propone poder incrementar el porcentaje de la publicidad hasta un 5% a los concesionarios que cubran un mínimo del 20% de su programación con producción nacional, lo cual da a Televisa 50 millones de dólares adicionales al año, también les da a las concesiones refrendo automático por 20 años, al igual que la oportunidad de nombrar por parte de las televisoras, a los miembros de la COFETEL, (Comisión Federal de Telecomunicaciones y Transportes), que sería el órgano encargado de regular la industria y no la Secretaría de Telecomunicaciones y Transportes, además de que el periodo de permanencia de tales miembros sería de ocho años con oportunidad de reelegirse, lo cual sin duda, no hace sino expresar la anarquía con la que opera la industria cultural mexicana.

Tales leyes solo abarcan a los concesionarios, por lo que solo beneficia a las televisoras privadas comerciales y no a las estatales o comunitarias,²⁶² ya que “deja a criterio de las autoridades nacionales otorgar nuevas concesiones del espectro radioeléctrico y estipula que las que se soliciten se sometan a un esquema que indica como ganador quién más dinero ofrezca.”²⁶³ Es por ello que estas reformas benefician a los dos conglomerados mediáticos principales Televisa y TV Azteca, pues cuentan con el 56% y 39% de las concesiones, respectivamente, al igual que de esta manera podrían consolidarse como las empresas mediáticas privadas mexicanas más importantes hacia mediados del siglo XXI, teniendo en cuenta que sus concesiones terminan en el 2021.

Esto es una prueba más de la permisividad legal ante el modelo comercial privado por parte de los gobiernos mexicanos, es decir, demuestra la imposición del poder del capital por encima del Estado, reafirma la línea de la política neoliberal, como

²⁶² *Ibidem.*

²⁶³ Cevallos, Diego, *Op. Cit.*

se expresa en las reformas, ya que “las tarifas [impuestas a los medios] quedan, en su mayoría sujetas al mercado...[además] las reformas consolidan las concentraciones de los medios electrónicos al establecer ‘barreras de entrada’ para nuevos competidores al fijar un pago de contraprestación.”²⁶⁴

Tal ley fue aprobada por la Cámara de Diputados en periodo de campañas presidenciales en el 2006, es decir, tuvo motivos estratégicos por parte de los partidos políticos, pues es cuando “todos están dispuestos a vender, no solo su alma al Diablo, sino sus principios, su ideología, su congruencia, todo con tal de alcanzar el poder,”²⁶⁵ pero también sigue la línea de desregularización mediática de Fox, quién en octubre del 2002 promovió leyes para la disminución del tiempo que por ley le corresponde al gobierno, lo cual no da cuenta de otra cosa que no sea la importancia creciente que los medios privado comerciales tuvieron en su administración.

Sin embargo, su aprobación fue criticada por la Cámara de Senadores, argumentando la inviolabilidad constitucional de los principios de equidad, competencia y democratización del espectro electromagnético²⁶⁶; otros organismos que también se opusieron fueron los medios comunitarios, la ONU, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la Comisión Federal de Competencia y el IFE.²⁶⁷ Aunque es prácticamente la reacción de los senadores la que origina las protestas y campañas mediáticas en contra de tales reformas al difundir entre otras cosas que “en México se quiere convertir a los medios de información en instrumentos del gobierno tal como lo hace el dictador Hugo Chávez”²⁶⁸, como una medida desesperada por convencer a las personas de que se comete una injusticia en contra de sus derechos.

²⁶⁴ Infodemex, Televisa, TV Azteca y Telmex, concesionarios perpetuos, 14 de abril del 2007. <www.rebellion.org/noticia.php?id=49702>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

²⁶⁵ González, Alfredo, *Op Cit.*

²⁶⁶ Cevallos, Diego, *Op Cit.*

²⁶⁷ *Ibidem.*

²⁶⁸ Echeverría, Pedro, *Op. Cit.*

A pesar de ello, estas reformas a las leyes en materia de comunicación no se lograron establecer, de la misma manera que ante el poder mediático y como forma de reivindicar al poder político, se aprobó la reforma en materia electoral por parte de los senadores de las comisiones de Gobernación, Puntos Constitucionales y Estudios Legislativos y Radio y Televisión.

De esta manera el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) en septiembre del 2007 acordó establecer los tiempos oficiales para los partidos en radio y televisión para la difusión de propaganda, para terminar con el gasto de los spots, al igual que se estableció el monto para las campañas, que pasó del 70% del salario mínimo al 65%, además de que ninguno de los partidos podrá contratar spots por separado, tampoco a terceras personas, físicas o morales para promover al partido²⁶⁹; de allí que sea una medida de control y reafirmación del Estado ante el poder mediático.

Esta medida también provocó la respuesta de los conglomerados mediáticos, pues “instrumentaron toda una campaña de intimidación y presión contra el Estado mexicano al ver afectados sus intereses económicos”²⁷⁰, lo cual pudo observarse en la reunión previa a la aprobación de la reforma legal, en la que participaron legisladores, empresarios y representantes de los medios, en la cual la violación a la libertad de expresión era el único argumento fuerte de defensa con el que contaban los medios, es decir, la libertad de hacer y decir lo que les convenga según sus intereses, pues “¿Cuál “libertad de expresión” pueden defender esas empresas que se han hecho

²⁶⁹ Zárata, Arturo, Proyectan terminar con el gasto millonario en “spots”, 6 de septiembre del 2007, <www.eluniversal.com>, [consultado el 20 de septiembre de 2007].

²⁷⁰ Morales, Alberto, Especialistas critican “campaña intimidatoria”, 13 de septiembre 2007, <www.eluniversal.com>, [consultado el 20 de septiembre de 2007].

multimillonarias esquilmando engañando a la población?...¿De qué libertad de expresión pueden hablar si su historia es de rapiña y negocios?.”²⁷¹

Los empresarios mediáticos no se defendieron solos sino que incluso pidieron junto con el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y la Confederación de Cámaras Industriales (Concamin) una consulta pública para la aprobación de la reforma electoral, como lo menciona Sergio Sarmiento, empleado de TV Azteca: “exigimos un referéndum, una consulta para que los mexicanos expresen su opinión de manera directa, sin la participación de alguna partidocracia. No podemos permitir que la sociedad sea secuestrada por unos cuantos dirigentes de partidos políticos.”²⁷²

Con ello resultaba ser que hasta ese momento les interesaba saber qué pensaba la opinión pública, les interesaba sorpresivamente la participación social, además de la defensa de los derechos humanos argumentando la defensa a la libre expresión, tal como lo menciona la Cámara Nacional de Industria de la Radio y Televisión (CIRT) “la reforma electoral propuesta no sólo es una agresión a los medios electrónicos, sino que afecta a los derechos fundamentales de los mexicanos, por lo que la calificó de regresiva y autoritaria,”²⁷³ era el colmo que recurrieran a un argumento que era olvidado y aún lo es por la oligarquía mediática en México durante todo el siglo XX y parte del XXI, pues para ellos es claro que lo que se pierde con la reforma no son derechos sino dinero.

Es por ello que tal ley surge como una medida para hacer frente al poder mediático, ya que el modelo comunicacional en México “se distinguió por ser monopólico (Duopólico); vertical; concentrado; unidireccional; hermético; elitista; discrecional; autoritario; excluyente de los grandes grupos sociales; cancelador del Derecho a la Información; restrictor de la libertad de expresión e impulsor de la libertad

²⁷¹ Echeverría, Pedro, Como en Venezuela, en México avanza el golpismo televisivo, 12 de septiembre del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=49924>, [consultado el 20 de septiembre de 2007].

²⁷² Mejía, Angelina, CIRT pide referéndum en reforma electoral, 13 de septiembre 2007, <<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/154149.html>>, [consultado el 20 de septiembre de 2007].

²⁷³ *Ibíd.*

de empresa; promotor de la difusión de la información y no de la dinámica de la comunicación; negador de los derechos comunicativos elementales de los ciudadanos; fermentador de la dinámica de mercado y no del servicio público; y que finalmente dio voz y participación a una minoría y silencio u olvido para la mayoría social.”²⁷⁴

Con lo anterior, se da cuenta de que el modelo comunicativo tenía los rasgos de los gobiernos del PRI, por lo que se consolidaron mutuamente, ya que “fue una pieza estructural fundamental que colaboró de forma sustancial a conservar por más de 7 décadas al viejo régimen político del país. Así, durante el siglo XX en México, de forma combinada el modelo de comunicación, el modelo de gobernabilidad vertical del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y el modelo de poder de la antigua clase política, vía complicidades, secrecías y canonjías; siempre fueron de la mano para conservar el sistema político autoritario más largo de la historia del México moderno.”²⁷⁵ De esta forma a la vez que consolidaba el poder político los medios de comunicación comerciales se fortalecían de manera tal que en la actualidad podría distinguirse como primer poder.

De ahí que se provocara la respuesta del poder estatal ante la fuerza del poder mediático que se pretende como el primer poder, según lo mencionan Estinuo y Jesús María Santos respecto a la televisión, “la sacralización de la televisión, como paradigma del universo mediático, ha provocado que este medio ya no sea sólo el espacio, el terreno predilecto sobre el que se dirimen las luchas políticas, económicas o de cualquier otra índole, sino que se ha convertido en el símbolo del poder mismo.”²⁷⁶

Dicho poder se ha generado de las relaciones estrechas que históricamente han marcado a los medios electrónicos comerciales mexicanos con los gobiernos, al

²⁷⁴ Esteinou, Madrid, Javier, *Op. Cit.* p. 269.

²⁷⁵ *Ibid.*

²⁷⁶ Santos, Jesús María, “La sacralización de la televisión como paradigma mediático” en Huestas Fernando, (coord.), *Televisión y Política*, Complutense, Madrid, 1994, p. 123.

intercambiar legitimidad, mediante propaganda, por permisividad, es decir, condiciones legales que puedan acrecentar y concentrar el negocio del entretenimiento, pues siguen la lógica neoliberal.

Para el pensamiento liberal económico, la información debe surgir para alcanzar su cometido a través del libre mercado... [el cual] rompe ataduras y obstáculos políticos, brindando consecuentemente el mejor marco institucional para asegurar que los medios satisfagan esas necesidades.²⁷⁷

Otra base del liberalismo a la que recurren regularmente los medios, tal como pudo notarse ante la reforma electoral mexicana del 2007, es la libertad de expresión, sin embargo, “el libre mercado inhibe la difusión de la información y de la pluralidad de las diversas opiniones, que debe ocurrir en una sociedad democrática,”²⁷⁸ pues su base no es la libertad de expresión sino de empresa.

Con tales bases de libre mercado con las que cuenta el modelo comunicativo mexicano no es de sorprenderse el impacto social en la conciencia de los individuos, expresada en su transformación en consumidores además de su incapacidad para asumirse como ciudadanos, lo cual muestra que tienen un poder que va más allá del institucional, un poder fáctico, cuya forma se expresa en la mediocracia.

Es la tecnocracia en el seno de las industrias culturales, y más específicamente en el *show bussines*, poseedora de un saber-hacer comunicacional plagado de utilitarismo. Está conformada, en primera instancia por los dueños de los medios de comunicación, principio y fin de la mediocracia. Participan...los trabajadores intelectuales...escritores, productores, directores coordinadores diseñadores, actores, publicistas, etc. Su fin y sus medios son el espectáculo audio-escrito-visual condicionado por los raitings.²⁷⁹

Con todo ello puede notarse que el acontecer histórico mediático del siglo pasado y de principios del siglo XXI en México nos ha mostrado que “ni el Estado ni la iniciativa privada de la comunicación han avanzado en el empleo de los medios como

²⁷⁷ Stein, Velasco José Luis, *Democracia y medios de comunicación*, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2005 p. 275.

²⁷⁸ *Ibíd*em, p. 276.

²⁷⁹ Reséndiz, Rodríguez Rafael, “La mediocracia, la democracia y el poder” en Maldonado, Norma Patricia, *Horizontes comunicativos en México. Estudios críticos*, Críticas, México, 2001, p. 101.

una forma de garantizar el consentimiento, de formar consenso. Han visto a los medios más como una experiencia propagandística publicitaria que como interlocutores con la sociedad.”²⁸⁰

Por una parte se encuentra el Estado el cual, a pesar de contar con una infraestructura adecuada con 32 sistemas regionales y dos federales según Esteinuo, no ha podido desempeñarse de la manera esperada ya que el carácter de los gobiernos mexicanos ha sido favorecedor para el modelo comunicativo privado comercial, principalmente con la llegada de la política neoliberal en los años ochenta, lo cual ha tenido repercusiones para los media públicos en tanto retiro de subsidios y su venta.

Otro obstáculo se encuentra en que la sociedad no tiene clara la propiedad social de los medios, la cual éstos poseen en sí, por lo que no ha reclamado su derecho a participar en ellos, pues como todo derecho social hoy es una mercancía accede a él quien pueda comprarlo. Es por ello que surge la imperiosa necesidad, al igual que toda propiedad privada en el capitalismo, de la socialización, en este caso del espacio mediático, de hacer efectiva la participación social todos los actores sociales en él mediante el acceso a éste, ya que el espacio radioeléctrico no pertenece a un particular, pues es propiedad social y no un negocio, el debate no son los medios de comunicación en sí mismos sino el uso que se hace de ellos.

Solo son intermediarios técnico-virtuales entre las relaciones sociales. Ello quiere decir, que no son buenos ni malos en sí, sino que únicamente son máquinas de información que operan como mediaciones instrumentales que permiten que se realicen las relaciones personales y colectivas entre los hombres y las comunidades.²⁸¹

De manera que su uso los condiciona como fin en sí mismo y no como medio, su uso lucrativo determina sus contenidos, los cuales se orientan a la construcción de

²⁸⁰ *Ibidem*, p.81.

²⁸¹ Esteinuo, Madrid, Javier, *Op. Cit*, p. 267.

consumidores y no ciudadanos, pues aletargan a las personas, las vuelven pasivas, les crean un mundo diferente al de su vida cotidiana.

La televisión tiene la tendencia a hundirnos en la tranquila insignificación aceptable, reconocible y apreciada... Todos somos criados por la televisión, somos producto de ella, ha uniformado nuestros pensamientos y nos ha borrado de la reflexión a cambio del consumismo y los estereotipos intelectuales, morales o de belleza... la televisión carcome la mente de las personas.²⁸²

De esta forma la televisión hace olvidar los problemas de la gente, que son problemas sociales, políticos y económicos que afectan a toda la sociedad, por lo que daña la visión social e individual del ciudadano, pues “la deja como un mero consumidor y no como un individuo con necesidades, demandas, carencias y expectativas reales.”²⁸³

Para ello los medios comerciales privados se valen de un tipo de programación centrada, según Esteinou, en cuatro ejes: los espectáculos, el consumo, los deportes y la información light, o según “la estrategia de las g, guerra, goles y glúteos. Esto gusta, esto ofrezco ¿El chisme político y la farándula me dan puntos de raiting? Programo chismes y farándula y ¿dónde queda la responsabilidad social de los medios?... Tenemos que dar lo que el público pide, dicen los empresarios. Naturalmente, el público pide lo mismo que le dan. No tiene acceso a otros contenidos.”²⁸⁴

Tal es la línea del entretenimiento de la televisión mexicana, la cual puede apreciarse en su forma más descarada en las palabras de Emilio Azcárraga Milmo, en las cuales expresa el objetivo de la televisión, su concepción sobre su principal mercado y su apego al libre mercado.

Nuestro negocio es entretener... México es un país de clase modesta muy jodida que no va a salir de jodida. Para la televisión es una obligación llevar

²⁸² Cortés, Martínez Héctor, México: los medios están dirigidos a los sentidos más que a nuestra razón, 28 de julio del 2007, <www.rebelion.org/noticias/2007//7/54218.pdf>, [consultado el 30 de julio de 2007].

²⁸³ Stein, Velasco Poseí Luis, *Op. Cit.*, p. 285.

²⁸⁴ Vigil, José Ignacio, La propiedad social de los contenidos, 25 de mayo 2007, <www.rebelión.org/noticia.php?id=51106>, [consultado el 30 de mayo de 2007].

diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil...Nuestro mercado es muy claro: la clase media...Lo digo y lo he dicho siempre, el Estado nada tiene que hacer en la televisión, ni en la radio, ni en el cine.²⁸⁵

Aunque esta es la posición de Televisa, TV Azteca no tiene finalidad distinta “su programación no representa alternativa verdadera, ya que sus series están cortadas por la misma tijera.”²⁸⁶ De esta manera se sigue lo que menciona Raúl Trejo Delarbre acerca de que la televisión mexicana es de entretenimiento y de poca calidad argumental.

Los canales estatales 22 y 11 son los únicos que en televisión abierta brindan una programación diferente, aunque es limitada su audiencia a nivel nacional tanto por cuestiones técnicas como por preferencia, lo mismo que no pueden competir con la televisión de paga la cual ha acrecentado su cobertura y su tipo de programación con programación cultural cuya penetración se calcula en 43 suscriptores por cada mil habitantes.²⁸⁷

Aunque actualmente canal 11 ha extendido su sistema en varios estados de la República y ha variado su programación con programas musicales, infantiles, para la familia, de revista, etc., tratando de dar un espacio para la expresión y diferente a la televisión comercial.

Respecto a la radio, su contenido se divide entre el musical y el de foros de debate y noticias, si bien podría pensarse que este medio ofrece un espacio público presenta los mismos problemas que los espacios informativos en televisión, como la presentación de verdades parciales que “sólo brindan una visión incompleta de los

²⁸⁵ Toussaint, Florence, *Op. Cit*, p. 114.

²⁸⁶ *Ibídem* p. 117.

²⁸⁷ Bustamante, Newball Jenny, Televisión interactiva: ¿optimismo e innovación a destiempo?, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI [en línea] <<http://chasqui.comunica.org/pdf/chasqui91.pdf>>, [consultado el 1 de mayo de 2011], septiembre, número 91, 2005, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, p.47.

hechos y con ello la sociedad no tiene los elementos suficientes para establecer un juicio u opinión fundados en la verdad amplia sobre los hechos en cuestión²⁸⁸, de tal forma que se dificulta la creación de una opinión pública que se sustente en la argumentación de diferentes perspectivas con el objetivo de conformar un espacio crítico y de debate.

La problemática nacional no pasa sustantivamente por los medios electrónicos lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que se difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana...el viejo modelo de comunicación construyó durante décadas un país de siervos domesticados y no de ciudadanos capacitados para construir una sociedad.²⁸⁹

Con lo anterior, se puede dar cuenta de que el modelo comunicativo mexicano no puede dar otra cosa como resultado que medios de comunicación electrónicos basura, pues los medios no entienden de su compromiso social de construcción de ciudadanía, lo cual trae consecuencias, como las menciona Sartori, que el gobierno se base en una información distorsionada, lo es posible gracias a que “al perder la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso,”²⁹⁰ pues ésta situación en gran medida le resulta muy benéfica para el desarrollo de sus intereses como clase política aunados a los económicos de los empresarios mediáticos.

De esta forma los medios de comunicación crean un tipo de opinión pública sin crítica cuya característica es una baja participación política pero con necesidades sociales (de allí que los auditorios más numerosos sean los audiovisuales pues no se necesita leer) además de generar un tipo de espectador pasivo-consumidor, cuando este público consumidor-pasivo quiere expresarse no pueden hacer otra cosa que tomar las

²⁸⁸ Stein, Velasco José Luis, *Op. Cit.*, p 279.

²⁸⁹ Esteinou, Madrid Javier, *Op. Cit.*, p. 274.

²⁹⁰ Sartori, Giovanni, *Op. Cit.*, p. 106.

calles, hacer manifestaciones, las cuales son desprestigiadas por los medios comerciales, pero son la única vía de expresión ante la falta de propiedad social mediática.

Cuando los grupos sociales, especialmente los marginados, no tienen acceso al espacio público simbólico, vía los medios de información colectivos, para exponer sus penurias y alternativas, entonces toman pacífica o violentamente, los espacios públicos físicos de las vías de comunicación materiales, como son las calles, las plazas, las avenidas, las carreteras e incluso las instituciones de información para presentar sus demandas.²⁹¹

De esta manera hasta sería provechoso, para evitar las consecuencias de las marchas, la apertura del espacio mediático, su transformación a la propiedad social, con el objetivo de “retransformar el nuevo espacio público mediático en una nueva zona de reconstrucción de la conciencia colectiva para elaborar otra mentalidad que nos permita sobrevivir civilizadamente como una sociedad compleja, plural y diferenciada.”²⁹²

Es por ello que es necesario crear medios que construyan democracia y ciudadanía, solo así se tendrá una sociedad bien informada y crítica, pues “la democracia no es un mercado, sino un foro en el que ciudadanos informados debaten racionalmente las cuestiones que les preocupan, entonces el libre mercado y el actuar de los medios dentro de él no sirven a la democracia.”²⁹³

Los medios de comunicación privados comerciales no funcionan en una sociedad democrática porque generan una cultura del infoentretenimiento, una falsa democracia, pues los medios defienden de esta forma sus intereses comerciales los cuales sin duda estarían amenazados en una sociedad verdaderamente democrática, aunque también es en defensa de los gobiernos que les otorgan permisividad, ya que “los medios son <<fabricantes de consentimientos>> porque están comprometidos con

²⁹¹ Esteiruo, Madrid Javier, *Op. Cit.*, p. 273.

²⁹² *Ibidem.*, p. 275.

²⁹³ Stein, Velasco José Luis *Op. Cit.* p. 281.

el orden social del que son beneficiarios, y fomentan la indiferencia y la apatía política impidiendo el pensamiento y la acción independientes.²⁹⁴

Sin embargo, existen otros espacios mediáticos que permiten una mayor participación social como el Internet, que aunque más avanzado tecnológicamente es más restringido en su acceso. La cobertura también suele ser un problema con el Internet, pues la televisión sigue siendo el medio de comunicación electrónico más generalizado junto con la radio, pues en el 2003 había alrededor de 31 millones de receptores de radio y 28 millones de receptores de televisión.²⁹⁵

A este problema de cobertura y acceso le sigue el de difusión, ya que ésta es superior a la de las organizaciones sociales o independientes, de allí que presenten dificultades ante la desigualdad en la cantidad y posibilidad de difusión de información en la red.

No obstante, el Internet es un medio que puede ser utilizado para la organización y participación social, con lo que resulta relevante para la construcción de alternativas en materia de comunicación y con ello para el proceso de democratización de los medios electrónicos, pues la propiedad social de los medios por ley pertenece al pueblo de México, tal como lo menciona el artículo 42 en el párrafo IV que considera al espacio que comprende el territorio mexicano propiedad de la nación, lo mismo que el espacio donde se propagan las ondas de radio y televisión.²⁹⁶

Así, los medios se encuentran hoy en el centro de la disputa entre el camino del monopolio mediático empresarial y el de la democracia, con el punto clave para la dominación económica o para la organización social; por ello se hace necesario devolver los medios de comunicación a la sociedad pues éstos le pertenecen en sí, la

²⁹⁴ Aparicio, Héctor, *Op. Cit.* p. 325.

²⁹⁵ Trejo, Delarbre Raúl, *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*, *Op. Cit.*, p. 169.

²⁹⁶ Fernández Christlieb Fátima, *Op Cit.*, p 103.

única soberana en cuanto forman parte del espacio público, para lo cual se requiere una transformación profunda, pues otras esferas sociales deben intervenir.

c) *La democratización mediática en Venezuela*

América Latina está dando pasos decisivos en la democratización, pues está avanzando ampliamente en esta materia en aquellos países en los que sus gobiernos, además de ser elegidos mediante la democracia representativa, han impulsado una agenda que tiene como objetivo el desarrollo social, es decir, garantizar la protección de los derechos ciudadanos aún y cuando en el continente prevalecen, en la mayoría de los países, las condiciones establecidas por el neoliberalismo, las cuales no permiten un desarrollo pleno de la democracia, pues condicionan los derechos ciudadanos al libre mercado, de tal forma que no puede hablarse de una vida democrática, ya que “si los ciudadanos no tienen garantizada la alimentación, la vivienda, el trabajo, la educación y la sanidad, difícilmente serán plenos agentes de la democracia.”²⁹⁷

Por lo que si bien algunos gobiernos latinoamericanos, como el cubano, el venezolano, el boliviano o el brasileño, han establecido las bases para el impulso de la democracia en sus países, las condiciones en el resto del continente, al igual que en la mayoría de los países del resto del mundo, son adversas a la democracia al imperar en ellos el capitalismo neoliberal.

No obstante, este contexto no ha paralizado la iniciativa de gobiernos tal como el venezolano, al garantizar la democracia en diversos aspectos y no solo en lo concerniente a las elecciones, ya que si bien Hugo Chávez ha demostrado mediante ellas que tiene apoyo popular, también se ha notado que éste es correspondido por las medidas que su gobierno ha llevado a cabo en diversos aspectos sociales, comenzando

²⁹⁷ Serrano, Pascual, Democratizar los medios, ese gran reto, 4 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=52886>>, [consultado el 30 de julio de 2007]

por la reforma constitucional del 15 de diciembre de 1999, la cual se ha logrado difundir entre la población venezolana a fin de que ésta conozca sus derechos y obligaciones.

Dicha reforma que entre otras transformaciones contempla el cambio del nombre de República de Venezuela a República Bolivariana de Venezuela, ha propiciado grandes avances en ámbitos sociales, como salud, educación, empleo, entre otros, debido a su organización de programas sociales llamadas misiones y a la relación de éstas con acuerdos regionales, principalmente el ALBA (Alternativa Bolivariana para los pueblos de Nuestra América), al igual que ha logrado establecer una participación social activa.

Estas y otras medidas han reflejado que el gobierno de Hugo Chávez ha realizado un avance significativo respecto a los gobiernos venezolanos anteriores, principalmente frente a la línea política neoliberal instaurada en Venezuela durante el segundo mandato de Carlos Andrés Pérez.

El paso democratizador también puede ser notado en materia comunicacional, donde el derecho a informar y ser informado se garantiza a todos los ciudadanos y no solamente a la elite económica, como suele suceder en el ámbito de las comunicaciones en los países con modelo comunicacional privado comercial, sino que al ser respaldado por el Estado garantiza la utilización equitativa del espacio público mediático por todos los grupos sociales, ya que les otorga la posibilidad de participación y así, refrenda la propiedad social de dicho espacio.

Con ello el gobierno venezolano reivindica la finalidad de servicio público de los media, es decir, se da un paso decisivo para la democracia en materia comunicacional en Latinoamérica, pues “para garantizar que [los medios de comunicación] sean patrimonio de la humanidad, es imprescindible una democratización de las frecuencias radioeléctricas en América Latina, donde la

concesión de las mismas ha favorecido la concentración en grandes grupos económicos nacionales y transnacionales, y no la creación de televisoras de servicio público.”²⁹⁸

Este paso ha sido histórico para la región ya que junto con otras medidas de nacionalización de las principales ramas económicas y de las tierras²⁹⁹ han sido clave para el perfil del gobierno venezolano, en específico del régimen de Chávez y su apoyo popular, es decir, para el camino venezolano frente al neoliberalismo actual.

Fueron tales medidas para democratizar Venezuela las que originaron el descontento de la oligarquía económica nacional, pues a ésta la comprenden los dueños de conglomerados empresariales de distintas ramas económicas. De manera que al verse amenazada dicha elite movilizó la rama que, además de garantizarle enormes ganancias, es la más efectiva para la formación de una opinión pública desinformada, es decir, los medios de comunicación de modelo privado comercial, los cuales usualmente se valen de su programación orientada al entretenimiento “tanto de Hollywood como de Venezuela (sobre todo concursos y telenovelas) [mientras que] su programación explícitamente política se limitaba a los informativos nocturnos y a una tertulia política matutina.”³⁰⁰

Este modelo comunicacional se había consolidado en Venezuela durante la década de los sesenta, principalmente en el ámbito audiovisual, con el incremento de cobertura y programación, a lo cual se le unía el papel del Estado a pesar de que “desde 1941 se había reservado legalmente el derecho a la ‘competencia exclusiva’...y que

²⁹⁸ Telesur, Las frecuencias de radiodifusión son patrimonio de la humanidad, administradas por los Estados, para satisfacer el bienestar de sus pueblos, 21 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticias/2007/5/51142.pdf>>, [consultado el 30 de mayo de 2007].

²⁹⁹ Tal como la nacionalización energética, al decretarse su carácter mixto de la empresa petrolera PDVSA (Petróleos de Venezuela), al igual que la reforma agraria promulgada con la Ley de Tierras y Desarrollo Agrario en noviembre del 2001 que comprende la expropiación de latifundios para ser otorgados a campesinos.

³⁰⁰ Wilpert, Gregory, RCTV y la libertad de expresión en Venezuela, 9 de agosto del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=54702>>, [consultado el 15 de agosto de 2007].

había sancionado la ‘excepcionalidad’ de su concesión a privados”³⁰¹, no había actuado como primer poder en la comunicación.

Es por ello que dicho modelo perduró durante la mayor parte del siglo veinte, por lo que a la llegada de Hugo Chávez al poder, ya se encontraba consolidada empresarialmente en forma de conglomerados basados en una estructura familiar, la de los Phelps, pues Dorothy Phelps está casada con Marcel Granier dueño de RCTV y Radio Caracas Radio, quien es cuñado de Gustavo Cisneros, ya que está casado con Patricia Phelps, la familia Phelps, posee fábricas de jabón, comida y empresas de la construcción³⁰², es decir, del conglomerado venezolano Empresas IBC, pero además Cisneros es dueño de 70 medios de comunicación en 39 países, de Univisión y de compañías de distribución de alimentos.³⁰³ De esta forma se puede dar cuenta que “los grupos mediáticos no solo son hoy día uno de los negocios más rentables, y por tanto con un poder financiero y económico inmenso, que se trasvasa a muchos otros tipos de negocios y actividades económicas.”³⁰⁴

Además de ello, dichos medios, también ya se habían consolidado en el gusto del público, debido a la cobertura nacional de las principales empresas mediáticas venezolanas, pues RCTV tenía un alcance nacional, (igual que canal 8 de VTV, gubernamental) aunque, Televen, Venevisión y Globovisión tienen un alcance más limitado³⁰⁵, se posicionan también entre los más populares en el gusto del público.

³⁰¹ Pasquali, Antonio, *El aparato singular. Análisis de un día de televisión en Caracas*, Universidad Central de Venezuela, Instituto de Investigaciones, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Caracas, 1967, p. 27.

³⁰² Wilpert, Gregory, *Op. Cit.*

³⁰³ *Ibíd.*

³⁰⁴ Torres, López Juan, [¿Qué cierran en Venezuela una televisión crítica con el poder? ¡No me hagan reír!](http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=1739), 8 de junio del 2007, <<http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=1739>>, [consultado el 15 de junio de 2007].

³⁰⁵ Televen canal inaugurado en 1988 ligeramente neutral, Globovisión este último inaugurado en 1994 por miembros de las familias más ricas venezolanas como Alberto Federico Ravell, Guillermo Zuloaga y Nelson Mezerhane. Ver: Wilpert, Gregory, *Op. Cit.*

Con ello a su favor, los medios de comunicación privado comerciales trataron de restablecer un gobierno pro empresarial que favoreciera a la oligarquía económica nacional y se ajustara a las exigencias del capital extranjero, es decir, trataron de instaurar un gobierno igual que los anteriores y para ello las armas necesarias para el empresariado venezolano serían los medios de comunicación, especialmente los electrónicos.

De ahí que sucediera en abril del 2002 un tipo de golpe de Estado peculiar, propio de una sociedad mediatizada como la actual, debido al papel fundamental que los medios de comunicación tuvieron en él, ya que proyectaron a la población venezolana, de manera monopólica al interferirse las señales de la televisión y la radio del Estado así como de la transmisión independiente, la farsa justificatoria del golpe militar que sucedería más tarde. Fue entonces cuando los medios privado comerciales venezolanos demostraron que sus verdaderos intereses eran los económicos al realizar el primer golpe mediático del mundo, de manera que “asumieron no sólo ser el segundo poder, sino la ambición de ser el primer poder consumando lo que podemos llamar el primer golpe mediático internacional”³⁰⁶, el cual dejaría observar los alcances del poder simbólico y económico, que se esconde tras la libertad de expresión para hacer este tipo de violencia, así como su influencia social, pues pueden controlar a todo una nación, ya que construyen su opinión pública.

El poder de convencer, de forjar los valores humanos dominantes, demostrar lo que sea, y de ocultar lo que les interesa: conforman la conciencia social, moldean a los individuos y programan nuestras mentes gracias a que son los que ponen a nuestra disposición la información con la que luego elaboraremos nuestras preferencias, nuestras ideas y nuestras opiniones. Los grandes medios de comunicación, tienen el poder de elaborar la agenda social...de que se generalice la mentalidad sumisa.³⁰⁷

³⁰⁶ Ramonet, Ignacio, “Los medios son el aparato ideológico de la globalización”, 6 de octubre de 2007, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=57283>>, [consultado el 15 de octubre de 2007].

³⁰⁷ Torres, López Juan, *Op. Cit.*

El disgusto por las medidas del gobierno de Chávez fue el antecedente de dicho golpe, principalmente por la Ley Orgánica de Hidrocarburos, ya que incrementaba la participación del Estado en el sector petrolero y aumentaba los impuestos a los inversionistas extranjeros, sucedía igualmente con la Ley de Tierras y Desarrollo Agrario al provocar descontentos por expropiarse latifundios.

Tales reformas ocasionaron un paro nacional en diciembre del 2001 cuya convocatoria se desarrolló desde la presidencia de la Federación de Cámaras de Comercio y Producción (Fedecámaras), y de la Confederación de Trabajadores de Venezuela (CTV), las cuales promovieron los paros del 15 de marzo y del 9 al 11 de abril³⁰⁸, situación que expresaba la reacción empresarial ante el carácter mixto que pretendía establecer el gobierno venezolano en el sector energético del país.

Por otro lado se encontraba el ataque constante al presidente por parte de los medios de comunicación privado comerciales, los cuales además de establecer toda una campaña de deslegitimación al gobierno de Chávez, ya que no reconocen las reformas que este gobierno ha impulsado a favor del pueblo venezolano y explotan su imagen de manera negativa, forman parte de los enemigos internos del gobierno que lo acusan de dictador y de comunista, al igual que lo hacen las clases altas, comparándolo con Fidel Castro o Hitler argumentando violaciones a los derechos humanos y eliminación de libertades.³⁰⁹ De tal forma que tales medios habían establecido los lineamientos para un golpe de Estado pues “como anunciaba el diario *El Nacional* cinco semanas antes [del golpe], señalando que sólo mediante una coalición entre empresarios, trabajadores e Iglesia se podría sacar a Chávez del poder.”³¹⁰

³⁰⁸ M. Enrique Noel, *El golpe mediático*, <http://www.lainsignia.org/2002/abril/ibe_130.htm> 26 de septiembre de 2006, [consultado el 20 de mayo de 2007].

³⁰⁹ Bartley, Kim y Donnacha O'Briain, *Documental La revolución no será transmitida*, Radio Telefís Éireann 2003.

³¹⁰ M., Enrique Noel *Op. Cit.*

Por lo que fue una estrategia planeada lo que apareció ante el mundo como las manifestaciones espontáneas en Caracas en contra del gobierno venezolano, las cuales adquirieron su máxima expresión el 11 de abril del 2002 al organizarse una manifestación en oposición al gobierno en la capital que sería transmitida mediante las principales televisoras venezolanas como RCTV, Venevisión y Globovisión, la cual era incitada por éstas mismas utilizando el discurso visual como arma principal, al mostrar imágenes manipuladas de la manifestación y al utilizar términos tales como banda de maleantes para referirse a los venezolanos que apoyaban a Chávez, pues “trabajaron con una estrategia de doble vía: desmoralizar y asilar al `chavismo`, y potenciar como `mayoría abrumante` a sus opositores.”³¹¹

Era una farsa emprendida por los medios de comunicación privado comerciales venezolanos, pues se trató de “una magistral construcción de la realidad a partir del montaje escénico...convirtiendo a Venezuela en un inmenso *reality show*”³¹², el cual terminó en tragedia cuando empezaron a disparar francotiradores a la manifestación “los medios pasarían...una y cien veces, lo que ellos dicen fueron francotiradores chavistas que masacraban a civiles antichavistas en puente Llaguno. Esto resultó ser una manipulación de imágenes por parte de los medios privados, [y] sirvió de justificación para el golpe de Estado”³¹³, se divulgó de esta forma para manipular la opinión pública, ya que “en un lapso de dos horas, murieron 19 personas-entre oficinistas, opositores y simples transmutes que circulaban por el lugar- víctimas de francotiradores, de policías metropolitanos y de militares, quienes tenían como único propósito destruir a Chávez

³¹¹ Leopardogris, El Golpe mediático contra Chávez, 12 de abril del 2002, <http://argentina.indymedia.org/news/2002/04/21420.php>, [consultado el 20 de mayo de 2007].

³¹² M., Enrique Noel *Op. Cit.*

³¹³ García, Simone María Eva, Una construcción hegemónica de la “realidad”, 16 de noviembre de 2007, <http://www.prensamericosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=3743>, [consultado el 17 de noviembre de 2007].

respaldados por fuertes y poderosos intereses económicos, políticos y hasta mediáticos.”³¹⁴

Así, los medios jugaron un papel central del golpe estatal del 11 de abril del 2002, al planearlo, junto con los demás golpistas nacionales y extranjeros, y al impulsar la deslegitimación de Chávez, dentro de ello al no mencionar dentro de otras cosas, que la oposición de manifestantes sólo eran unas 50,000 y no 2 millones de personas,³¹⁵ “en su mayoría sectores de clase media alta y alta que no tienen nada que ganar en una administración de contenido social; que el sindicalismo burocrático no representa siquiera al 12% de los trabajadores; que los trabajadores y otros grupos armados pertenecían a la policía de tres municipios opositores”³¹⁶, pues gran parte pertenecían a quienes apoyaban al gobierno.

Aunque por otra parte los medios serían medios golpistas después del golpe en concreto, lo harían siguiendo el modelo privado –comercial, es decir, continuando “silenciando las denuncias de redadas en los barrios bolivarianos, la detención de estudiantes la persecución a periodistas independientes o a funcionarios gubernamentales.”³¹⁷

La fuerza de los medios convergía en la elite empresarial venezolana, la clase alta y representantes del capital extranjero norteamericano, además con la presencia y acción de la Agencia Central de Inteligencia, (CIA), cuyo objetivo era la destitución de Chávez a través de la acción golpista de éstos, llevando dicho organismo al golpe de Estado el 12 de abril del 2002, día en el que tras la amenaza de bombardeo del Palacio de Miraflores, sede del gobierno federal en donde se encontraba Chávez y su gabinete, el presidente venezolano decidió entregarse a las fuerzas armadas venezolanas, las

³¹⁴ *Ibíd.*

³¹⁵ M., Enrique Noel *Op. Cit.*

³¹⁶ *Ibíd.*

³¹⁷ *Ibíd.*

cuales, junto con la CIA, lo mantuvieron secuestrado en un cuartel militar en la isla de La Orchila, cerca de Venezuela.³¹⁸

Entre los golpistas se encontraban tanto miembros del ejército de alta jerarquía, medios de comunicación, obispos, partidos políticos antichavistas, políticos de gobiernos anteriores, organizaciones corporativas de propietarios, el sindicalismo de la CTV, la Federación de Cámaras de Comercio y Producción, Fedecámaras además de la CIA y el Departamento de Estado del gobierno norteamericano, eran todos los opositores de Chávez que utilizaron al pueblo para llegar al poder. El presidente elegido fue Pedro Carmona, presidente de Fedecámaras, quién disolvió el Congreso y convocó a uno nuevo en el que colocó a los golpistas, determinando a un año el momento de elecciones legislativas y presidenciales.

Durante su gobierno hubo una gran represión hacia los chavistas, pues desde la noche del 11 de abril y a lo largo del 12 de abril se dieron “acciones de cacería y maltrato a figuras políticas del Movimiento de la V República”³¹⁹ situación que no se transmitió en los medios de comunicación privados comerciales, ante ello la movilización popular no se hizo esperar, se realizaron fuertes manifestaciones en contra este régimen que clamaban el regreso de Chávez³²⁰, lo cual era contrario a lo mostrado por los medios de comunicación.

La liberación de Chávez se debió sobre todo a la fuerza popular y a la toma por parte del ejército del Palacio de Miraflores, lo cual obligó a desalojarlo a los miembros del gobierno golpista, llevando como resultado la asignación a un presidente interino que se encargara de las negociaciones para dejar en libertad a Chávez, éste era Diosdado

³¹⁸Bartley, Kim y Donnacha O'Briain, *Op. Cit.*

³¹⁹López, Maya Margarita y Medofilo Medina, *Venezuela: confrontación social y polarización política*, Aurora, Bogotá, 2003, p. 109

³²⁰Ibídem.

Cabello, dichas negociaciones tuvieron éxito pues lograron la liberación del presidente para ocupar de nuevo su cargo.

Dentro de los medios que a nivel internacional no tergiversaron la realidad durante este golpe de Estado se encuentra Cubavisión, que “desplegó un maratón informativo que dejó al descubierto la realidad de los sucesos en Venezuela. A través de su señal rebotada por todos los medios [de esta forma] se conoció sobre el golpe de Estado contra un presidente elegido democráticamente y por mayoría, se rebeló al mundo los intereses de la derecha y la oligarquía venezolana por frenar el irreversible proceso de cambios en Venezuela.”³²¹

No obstante otro paro cívico tuvo lugar el 2 de diciembre del 2002, el cual terminaría en febrero del 2003, en total 63 días, otra vez orquestado por los presidentes la CTV y Fedecámaras, aunque con apoyo, igual que el anterior, del gobierno de Estados Unidos³²² y de la elite nacional para generar inestabilidad social y obtener de esta forma apoyo popular, pues convocaron a un paro nacional y con ello al cierre de PDVSA, como una medida de presión estratégica al ser la rama de los hidrocarburos la más importante para Venezuela y para el mundo capitalista, pues este país es el tercer productor de petróleo a nivel mundial.

De nuevo el papel de los medios privado comerciales era de carácter golpista, pues “no menos de cuatro canales de televisión (para no hablar de radio y prensa) se encadenaron 24 horas en diciembre de 2002 y enero de 2003, en ese lapso transmiten 17 600 anuncios publicitarios contra el Gobierno, dedicando toda su programación, sin un segundo de tregua, a denigrar al Gobierno mediante el amarillismo político, a causar

³²¹ Márquez, López Winston, Ahora el Norte sabe qué pasa en el Sur, 8 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50565&titular=ahora-el-norte-sabe-qué-pasa-en-el-sur->> [consultado el 20 de mayo de 2007].

³²² Guerra, Cabrera Ángel, Mentiras y silencios, 5 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51323&titular=mentiras-y-silencios->>, [consultado el 30 de mayo de 2007]

toda clase de alarmas, propalando todo rumor que infundiese temor.”³²³ Sin embargo tales medidas de la elite en contra del presidente no trascendieron, incluso fue reelecto en el 2003 y contrariamente a lo que esperaba lograr ésta, las medidas gubernamentales se basaron en la ley al disponer a Carlos Fernández y Carlos Ortega, presidente de CTV, ante la ley por los delitos de traición a la patria y rebelión civil, pues ambos eran culpables de organizar los paros del 2002 que llevarían al golpe de Estado de ese año y el del 2003.

Mientras que para los medios de comunicación el gobierno venezolano dispuso, como medida reivindicatoria de la propiedad del espacio mediático, la no renovación de la concesión en televisión abierta, es decir, en banda UHF, a Radio Caracas Televisión (RCTV), una decisión gubernamental basada en la ley comunicacional venezolana, cuya finalidad es recuperar ese espacio que ha sido concesionado para dicha empresa desde los años cincuenta, “mediante el oficio N° 1685 del 20 de septiembre de 1952...cuya área de servicio sería la Ciudad de Caracas”³²⁴ para lucrar con el uso del espacio público, y en su lugar instaurar una televisión pública de carácter no propagandístico al gobierno de Chávez, es por ello que tal iniciativa gubernamental de no renovación de concesión a RCTV “se desarrolló en el marco de un nuevo modelo comunicacional con base en los derechos humanos, la libertad de expresión, la inclusión social y la creación de un modelo de televisión plural con participación popular, dirigido por ciudadanos y no por consumidores además de ser orientado a romper con el monopolio y los oligopolios privados de la información para mantener un sano equilibrio.”³²⁵

³²³ Britto, p. 150

³²⁴ León, Parda Miguel, La extinción del monopolio de Radio Caracas TV está impecablemente ajustada a derecho, 5 de junio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51818&titular=la-extinción-del-monopolio-radio-caracas-tv-está-impecablemente-ajustada-a-derecho>>, [consultado el 15 de junio de 2007].

³²⁵ Martínez, Martínez Ricardo, Radio Caracas Televisión (RCTV) pierde definitivamente la concesión, 22 de mayo del 2007, <[http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51213&titular=radio-caracas-televisión-\(rctv\)-pierde-definitivamente-la-concesión](http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51213&titular=radio-caracas-televisión-(rctv)-pierde-definitivamente-la-concesión)>, [consultado el 15 de mayo de 2007].

Anteriormente a esta disposición gubernamental, ya se había avanzado en materia comunicacional con las disposiciones de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, establecida en 2001 y reformada recientemente en Ley de Responsabilidades Radio, Televisión y Medios Electrónicos, la cual entre otros aspectos “amplia la posibilidad de intervenir en los contenidos y soportes de Internet; aumenta las condiciones para operar un canal nacional por televisión por suscripción y la regulación de contenidos tanto de la televisión por suscripción como de la televisión abierta.”³²⁶

En dicha ley al igual que las demás en materia comunicacional, el gobierno venezolano “trata del fortalecimiento de la comunicación pública, comunitaria y privada con y sin fines de lucro”³²⁷, esta es una medida que reivindica como servicio público la finalidad de los medios de comunicación electrónicos y frente a la actividad lucrativa que había perdurado en el ámbito comunicacional desde el establecimiento de éstos en el país, tal finalidad puede observarse en la televisión comunitaria, ya que ésta se coloca en 37 espacios, en tanto que 12 son públicos y 65 privados, mientras que en radio 245 son comunitarias, 82 públicas y 471 privadas.³²⁸

Además de ello no sólo incrementó en términos de cantidad la apertura del espacio radioeléctrico sino también en cuestión de contenido, dentro del que el nacional se ha incrementado con “5,5 horas diarias de producción nacional independiente, el registro de 10,778 productores nacionales independientes, la capacitación de productores y financiamiento de programas culturales y educativos, el incremento de 50% en difusión de música regional venezolana y el uso del lenguaje de señas en la

³²⁶ Botero, Catalina, *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2010. Informe de la relatoría especial para la libertad de expresión* [en línea] <http://www.cidh.oas.org/annualrep/2010sp/RELATORIA_2010_ESP.pdf, Organización de los Estados Americanos,> Ser.L/V/II.Doc. 5, 7 marzo 2011, p. 163.

³²⁷ *Ibidem*.

³²⁸ ABN, *Periodistas por la verdad destacan avance en la democratización de la información en Venezuela*, 9 de febrero de 2010, <<http://www.abn.info.ve/noticia.php?articulo=219766&lee=4>>, [consultado el 26 de febrero de 2010].

televisión.”³²⁹ Esta apertura a un tipo de contenido nacional en Venezuela, con horario de 5 a las 11 de la noche, es equitativo para emisores ya que la ley de Responsabilidad Social en Televisión y Radio asegura que “ningún productor individual contribuya a más del 20% del total [de tiempo].”³³⁰

En el caso de la no renovación de la concesión de RCTV, el gobierno de Hugo Chávez se basó en la legalidad comunicacional venezolana para dar este importante paso según lo dispuesto por la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) del 2000, la cual sustituye a los reglamentos y leyes anteriores, como la Ley de Telecomunicaciones de 1940 y la Constitución de 1961 que especificaban las regulaciones en materia audiovisual, mientras que el tiempo de concesión de uso del espacio radioeléctrico se había determinado en 20 años según lo dispuesto en “la Gaceta Oficial N° 33.726, del 26 de mayo de 1987...con derecho a renovación siempre y cuando se cumpliera con las disposiciones legales vigentes. Bajo esta disposición, se le otorgó de nuevo la concesión y uso de frecuencia a la sociedad mercantil Radio Caracas Televisión Compañía Anónima (RCTV, CA), cuya fecha de término fue el 27 de mayo del 2007.”³³¹

Esto por consiguiente establece que en esta fecha debió de ser renovada la concesión, aunque para ello se tuvieron que disponer de ciertos requisitos legales y fue la decisión del Estado pues “el artículo 3 del decreto 1.577...advierte: “Al finalizar la concesión, los concesionarios que durante el periodo señalado en el artículo 1 hayan dado cumplimiento a las disposiciones legales establecidas por la Ley de Telecomunicaciones, el Reglamento de Radiocomunicaciones y demás disposiciones

³²⁹ *Ibíd.*

³³⁰ Wilpert, Gregory, *Op. Cit.*

³³¹ León, Parda Miguel, *Op. Cit.*

legales, tendrán preferencia para la extensión de la concesión por otro período de 20 años más”³³².

Aunque estas disposiciones valen para la época en la que fue concedida la renovación de la concesión a RCTV para utilizar el canal 2 en televisión abierta, tales disposiciones fueron renovadas por las reformas del 2000, las cuales establecen una actualización del panorama mediático venezolano, pues entre ellas se encuentran medidas relacionadas con el comportamiento actual de los medios privados comerciales, respecto al gobierno.

El artículo 108 N° 5 de la LOTEL establece que no otorgará la concesión de uso del espectro radioeléctrico a quienes...estén incurso en “graves circunstancias atinentes a la seguridad del Estado que, a juicio del Presidente de la República, hagan conveniente su otorgamiento”...el artículo 171 N° 6 de la LOTEL indica que se podrá renovar la habilitación administrativa o concesión al medio “que utilice o permite el uso de los servicios telecomunicacionales para los cuales está habilitado, como medio para coadyuvar en la comisión de delitos.”³³³

Además de ello al ser mediante la concesión el tipo de permiso que otorga el Estado para la utilización del espectro radioeléctrico a quienes deseen hacerlo, se puede notar el carácter de la finalidad de los medios inmersa en esta disposición, ya que “es un bien público, como lo estipula el Artículo 7 de la LOTEL”³³⁴, por lo cual la decisión de otorgar la concesión es en juicio del Estado en tanto considere que se actúa sobre un bien público.

Según el artículo 113 de la constitución establece que “No se permitirán monopolios”. Se declaran contrarios a los principios fundamentales de esta Constitución, cualesquier actor, actividad, conducta o acuerdo de los o las particulares que tengan por objeto el establecimiento de un monopolio o que conduzcan, por sus efectos reales e independientemente de la voluntad de aquéllos o a aquéllas, a su existencia, cualesquiera que fuere la forma que adoptase en la realidad.”³³⁵

³³² *Ibidem.*

³³³ *Ibidem.*

³³⁴ *Ibidem.*

³³⁵ *Ibidem.*

Sin embargo la realidad es que, al igual que sucede en otros países latinoamericanos y el mundo, el espacio radioeléctrico está en manos privadas, de unos cuantos conglomerados empresariales que monopolizan dicho espacio, en el caso de Venezuela, según cifras de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) “el 78% de las estaciones de televisión en VHF de Venezuela están adjudicadas al sector privado, mientras que un 22% son operadas por el sector público. En tanto en la banda UHF, el 82% de las estaciones pertenecen al sector privado, el 11% están asignadas a operadores de servicios comunitarios y el 7% al sector público”³³⁶, respecto a la radio “las FM operadas por empresas privadas ocupan un 71,31% frente a un 1.62% de medios públicos.”³³⁷

A estas cifras hay que añadirle que, si bien la mayor parte del espectro radioeléctrico lo controla el sector privado con RCTV y Venevisión, quienes además de que son parte de una misma familia multimillonaria, también “concentran en Venezuela el 85% de toda la inversión publicitaria en medios de comunicación; dominan el 66% de la capacidad de transmisión y sus redes de transmisión y difusión de la señal controlan el 80% de la producción y elaboración de mensajes, informaciones y contenidos que se difunden por televisión...constituyen un monopolio que concentra la elaboración de los mensajes y lesiona lo dispuesto en la Constitución...99 operadores de televisión VHF y UHF existentes en el país, sólo dos –RCTV y Venevisión– se llevan el 75% de los ingresos brutos del sector. Las demás operadoras restantes se reparten el restante 25%.”³³⁸

Como parte de las razones por las cuales no se otorgó la renovación de la concesión de RCTV también se encuentran las sanciones gubernamentales en contra de

³³⁶ *Ibidem*.

³³⁷ Bilbao, Luis, La polémica sobre RCTV: prensa, política y democracia, 5 de junio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51806&titular=la-polémica-sobre-rctv:-prensa-política-y-democracia->>, [consultado el 15 de junio de 2007].

³³⁸ Martínez, Martínes Ricardo, *Op Cit*.

esta empresa, las cuales en el gobierno de Chávez fueron las siguientes: en el 2000 se trató de una sanción de la CONATEL por escenas violentas y sexuales en horario de todo público; en el 2002 se abrió un procedimiento administrativo por la participación del medio en el golpe de Estado de abril y la violación al artículo 53, el cual prohíbe la transmisión de discursos subversivos al orden público social y que difamen a las instituciones y personas, transmisión de noticias falsas y tendenciosas; en el 2003 por parte del Ministerio de Infraestructura por insertar imágenes con mensajes en películas y por evasión fiscal, por un aproximado de 2,500 millones de dólares; por el Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria (SENIAT); en el 2005 por la Superintendencia de PROCOMPETENCIA al violar la libre competencia; y en el 2006 Juan Ernesto Garantón Hernández, ciudadano venezolano, levantó una denuncia por la publicidad pornográfica y prostitución, entre otras denuncias ciudadanas; a los cuales se le unen la infracción a la legislación laboral en los artículos 71 y 72 de la ley Orgánica de protección del Niño y del Adolescente. (LOPNA).³³⁹

Aunadas a estas sanciones se tiene que RCTV no cumplió con los requisitos legales en tiempo y forma pues en el 2002 “el Ejecutivo emitió una resolución en la que hizo un llamado a todos los operadores de radio y televisión para que presentaran los requisitos, a fin de transformar definitivamente sus títulos jurídicos por concesiones. La empresa RCTV no cumplió con este llamado e incurrió en el incumplimiento de la ley.”³⁴⁰

Todo ello en su conjunto, ocasionó que no fuera posible la renovación de la concesión a RCTV, ya que cada uno de los aspectos que considera el Estado para renovarla o no eran negativos para esta empresa mediática, pues en ellos tenía sanciones gubernamentales o irregularidades.

³³⁹ León, Parda Miguel, *Op. Cit.*

³⁴⁰ *Ibíd.*

El Estado toma en cuenta lo dispuesto en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999, en la Ley Orgánica de Protección del Niño, Niña y Adolescente...el aporte del canal a la colectividad, los valores de la programación, el tratamiento de la información, la ética periodística y el cumplimiento de la empresa con sus obligaciones laborales y tributarias, entre otros factores.”³⁴¹

De esta manera basándose en la ley el gobierno venezolano para no renovar la concesión de la frecuencia en señal abierta a RCTV, con el objetivo de democratizar el espacio mediático, tras veinte años de concesión dicha televisora dejó de transmitir el 27 de mayo de 2007, aunque esta cadena no cerró, sólo perdió la concesión en televisión abierta, pues sigue transmitiendo en el 92.2 FM y RCR AM, además mediante cable³⁴², disponible en DirectTv al día siguiente de su salida del aire en televisión abierta, de igual manera que televisoras como Globovisión transmitiera algunos de sus programas, como El Observador, presentado también por YouTube, asimismo se sigue transmitiendo sus telenovelas y programas de Radio Rochela en pantallas gigantes y presentados en plazas públicas.³⁴³ En lugar de esta empresa mediática se estableció una señal pública la Televisora Venezolana Social, TVes (pronunciada te ves), con el slogan de <<TVes, como eres de verdad>>.³⁴⁴

Tal medida fue desvirtuada por RCTV, desde antes de retirarse del aire, ya que una vez más utilizando el poder mediático intentó dar marcha atrás con el apoyo popular a la disposición gubernamental, pues se respaldaba argumentado mediante encuestas, realizadas por la misma empresa, que el 80 % del pueblo venezolano estaba en desacuerdo con esta medida.

Durante las dos semanas previas al 27 de mayo, ese conjunto opositor, a la cabeza de 26 partidos políticos, respaldado por canales de televisión, las

³⁴¹ *Ibíd.*

³⁴² Martínez, Martínez Ricardo, *Op. Cit.*

³⁴³ Serrano, Pascual, Como son las televisoras prohibidas por Chávez, 10 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=53348&titular=cómo-son-las-televisiones-prohibidas-por-chávez->>, [consultado el 15 de julio de 2007].

³⁴⁴ Elizalde, Rosa Miriam, TVes, como eres, 29 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51462&titular=tves-como-eres->>, [consultado el 30 de mayo de 2007].

radios de mayor enraizamiento y la prensa escrita de alcance nacional, intentó movilizar a la sociedad venezolana para torcer la voluntad de Chávez y obtener la renovación de la licencia en cuestión. También la jerarquía de la iglesia católica se pronunció a favor de esa movilización. Esa conjunción de fuerzas tuvo su máxima expresión el sábado 19 de mayo, en Caracas, con una marcha en defensa de RCTV. La cadena televisiva internacional CNN reportó una multitud de 10 mil personas...El 2 de junio, en magnitudes perceptibles a simple vista [con las manifestaciones en Caracas de apoyo al gobierno]...fue posible comprobar cómo se posiciona la sociedad venezolana ante este acontecimiento crucial.³⁴⁵

Inclusive su último día al aire en televisión abierta RCTV junto con otras televisoras privado comerciales, mantuvieron una programación que expresaba la línea de ataque constante al gobierno venezolano, pues transmitió “un maratón de 18 horas que alentaba a la desconfianza en las autoridades y la sensación de vivir bajo amenaza....le seguía Globovisión, que de tanto en tanto se enlazaba a RCTV y daba tintes fúnebres a sus secciones noticiosas. Ambas televisoras privadas...pedían que la gente saliera a la calle a desafiar a la policía y mentían callando el apoyo popular a la decisión del Gobierno”³⁴⁶, además de ello su acción siguió, principalmente de Globovisión, después de que RCTV saliera del aire incitando nuevamente a la población para que se manifestara en contra de esta decisión gubernamental que según los medios de comunicación privado comerciales venezolanos atenta contra la libre expresión.

Los presentadores de *Globovisión* promovieron las protestas estudiantiles que siguieron al asunto de RCTV...*Globovisión* ha condenado con firmeza la decisión legal y legítima que tomaron las autoridades venezolanas y la ha presentado como una violación de la libertad de expresión ...es culpable de la incitación al magnicidio del presidente Chávez manipulando imágenes y lanzando mensajes subliminales. Durante la difusión del programa “Aló presidente”...se difundía una entrevista de Marcel Granier, director de RCTV, el canal mostró simultáneamente imágenes del atentado contra el Papa Juan Pablo II que ocurrió en mayo de 1981. El fondo musical que acompañaba a esas imágenes era una canción de Rubén Blades titulada “Eso no termina aquí”...*Globovisión* no ha sabido explicar por qué difundió esas imágenes en un programa que trataba de la no renovación de la concesión de RCTV [como explicación ante las autoridades del ministerio de Comunicación e Información]...Los periodistas de *Globovisión* así como los presentadores del canal han multiplicado las expresiones difamatorias

³⁴⁵ Bilbao, Luis, *Op. Cit.*

³⁴⁶ Elizalde, Rosa Miriam, *Op. Cit.*

respecto al gobierno utilizando los términos “dictadura” y “tiranía”, con el fin de justificar los llamados a la desobediencia civil y a los actos de violencia.³⁴⁷

Respecto al argumento mediático de que la renovación es automática Wladimir Ruiz, encargado de los negocios de Venezuela en El Salvador, mencionó que “no existe renovación automática, ya que ésta es contraria al concepto del espacio radioeléctrico como bien de dominio público, concentraría en unos pocos un recurso que es de todos”³⁴⁸, de manera que el gobierno venezolano “no solo ejerce el derecho sino que cumple con su obligación, pues no está haciendo otra cosa que acatar el mandato que surge de la Constitución y del orden normativo de este país en materia de derechos humanos.”³⁴⁹

Además de ello RCTV alegaba que era una decisión autoritaria y discriminatoria respecto a las otras empresas televisivas privadas como Venevisión, sin embargo “el Ministro de telecomunicaciones, Jesse Chacón, explicó que se eligió no renovar a RCTV (en lugar de Venevisión) porque el canal 2 de VHF de RCTV era más apropiado para la televisión pública ya que el canal 2 tiene la mejor recepción de todo el país”³⁵⁰, a ello se le añade el que después de los atentados mediáticos del 2002, en junio del 2004 Hugo Chávez y Gustavo Cisneros llegaron a un acuerdo del paro de agresión mediática “los dos acordaron honrar procesos constitucionales y apoyar futuras conversaciones entre el gobierno de Venezuela y los medios...Cisneros aceptó...a cambio de la ayuda de Chávez para presentarle al presidente de Brasil, Lula.”³⁵¹

³⁴⁷ Lamrani, Salim, Venezuela: Globovisión o la incitación a la insurrección, 1 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=52955&titular=venezuela:-globovisión-o-la-incitación-a-la-insurrección->>, [consultado el 15 de julio de 2007].

³⁴⁸ Martínez, Martínez Ricardo, *Op. Cit.*

³⁴⁹ Ego, Ducrot Víctor Todos tenemos derecho a estar informados, 20 de mayo del 2007, <http://www.prensamericosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=3194>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

³⁵⁰ Wilpert, Gregory, *Op. Cit.*

³⁵¹ *Ibíd.*

Asimismo contra el argumento de RCTV de que esta decisión gubernamental era autoritaria y que se estaba dando paso al cierre de los medios de comunicación, siendo que sólo era el caso de no renovación de concesión de RCTV, se encuentra el que ésta no era la primera vez que se suspendía la transmisión de dicha empresa.

En 1976 RCTV fue cerrada en un lapso de tres días por el gobierno de Carlos Andrés Pérez tras “la difusión de noticias falsas y tendenciosas”. En 1980, se cierra otra vez por 36 horas a causa de programación “sensacionalista”, cuadro sombrío y de hecho poco edificante, durante el gobierno de Luis Herrera Campins. En 1981, otro cierre más por 24 horas, al publicarse escenas consideradas “pornográficas”. En 1984 es amonestada por ridiculizar “en forma humillante” al Presidente y su esposa. El segundo gobierno de Carlos Andrés Pérez, ya en 1989, hay otro cierre por 24 horas, luego de la transmisión de mensajes publicitarios de tabaco y cigarrillos y en 1991 se suspende el segmento de “la Escuelita” del programa de Radio Rochela.”³⁵²

De la misma manera que nunca se mencionó el cierre de televisoras públicas en el golpe de Estado del 2002 por los medios golpistas venezolanos, pues “Enrique Cardoso y Alfredo Peña entonces alcalde de Caracas –ambos implicados en el derrocamiento del Presidente–ordenaron respectivamente la interrupción del canal público *Venezolana de televisión* y el canal comunitario *Catia TV*”³⁵³. Por lo cual la decisión gubernamental venezolana estaba apegada totalmente a la ley ya que la concesión es una decisión estatal la cual garantiza que la “vía radioeléctrica limitada es propiedad pública, de todos los ciudadanos...son los estados las que las conceden o permiten que sean utilizadas por unas empresas públicas o privadas durante cierto tiempo...la propiedad última es de la sociedad...la concesión a entidades privadas no debe ser eterna.”³⁵⁴

Contra el argumento de la restricción de la libertad de expresión alegada por RCTV, el cual traspasó las fronteras y fue hecha la bandera de ataque de los medios privado comerciales a nivel regional e internacional en contra del gobierno de Chávez,

³⁵² Martínez, Martínez Ricardo, *Op. Cit.*

³⁵³ Lamrani, Salim, *Op. Cit.*

³⁵⁴ Serrano, Pascual, *Democratizar los medios, ese gran reto, Op. Cit.*

“los dueños de los medios de la región desataron una campaña continental invocando la libertad de expresión”³⁵⁵, siendo la realidad totalmente lo contrario pues “la libertad de prensa nunca puede ser de doscientos ricos para difundir su opinión”³⁵⁶ no se trata de acallar a la voz popular sino de reivindicar ésta, de otorgar voz a todos los venezolanos y no solo a un parte privilegiada.

No es que se pretenda silenciar la crítica del poder, sino hacer que el poder (en este caso el poder de comunicar) esté en otras manos y no sólo en la de los grandes multimillonarios...no se acalla la voz contra el poder sino que se busca justamente todo lo contrario: ¡que se critique con mucha más contundencia el poder, pero al poder real del que depende lo que hoy día está ocurriendo en el mundo...Lo que critican del gobierno de Venezuela no es, por tanto, que se acalle la voz crítica contra el poder ¡sino que se trate de darle el poder de comunicar a otra gente!, a los que estaban desheredados, a los que nunca contaron con nada, a los que estaban invisibles.³⁵⁷

La libertad de expresión fue el argumento del mundo de la mentira formado por medios de comunicación privado comerciales en contra del gobierno venezolano a nivel internacional, como lo hizo la organización Francesa de Reporteros Sin Fronteras (RSF), la cual “acusó al gobierno de atacar al ‘único canal privado de oposición’, olvidándose tal vez que *Televen* y *Venevisión* también son canales privados de oposición, entre muchos otros...para RSF, la no renovación de la concesión de *RCTV* ‘es un grave atentado contra la libertad de expresión’ y lanzó un llamado a la ‘comunidad internacional’ que no tuvo respuesta.”³⁵⁸

Otro argumento similar fue el de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) para la cual también la libertad de expresión está aniquilada en Venezuela, por lo que es un peligro regional e internacional lo que sucede en ese país y lo equipara, desde una perspectiva negativa, con Cuba.

La libertad de expresión en Latinoamérica está en riesgo por la supuesta influencia del gobierno de Venezuela, que intenta exportar un modelo

³⁵⁵ León, Parda Miguel, *Op. Cit.*

³⁵⁶ Serrano, Pascual, *Democratizar los medios, ese gran reto.* *Op. Cit.*

³⁵⁷ Torres, López Juan, *Op. Cit.*

³⁵⁸ Lamrani, Salim, *Op. Cit.*

‘semejante a la dictadura cubana’...condenó en duros términos las severas restricciones a la libertad de expresión en Venezuela y Cuba ...en los que el ejercicio del periodismo está particularmente sujeto a la censura del Estado...Chávez pretende...uniformar el contenido, los mensajes, deformar los valores y principios de la democracia y la pluralidad, tratando de desconectar al pueblo de la realidad nacional y universal e imponer un dominio intelectual y político semejante a la dictadura cubana...Marcel Granier advirtió por su parte que el lenguaje de odio y el mensaje de exclusión que emana del gobierno de Venezuela se está contagiando a algunos países latinoamericanos, particularmente en Bolivia y Ecuador.³⁵⁹

Uno más de los medios que se proclamó en contra de la supuesta restricción de la libertad de expresión por el gobierno venezolano fue *El País*, de España, medio que en su versión digital El País.com “cumple un papel clave como medio de prensa hegemónico en el campo virtual de habla hispana.”³⁶⁰

Dicho medio comenzó a desprestigiar internacionalmente al gobierno venezolano “a partir del triunfo de Chávez en 1999, pero en los últimos ocho años fue profundizándose y acrecentándose de tal manera que logró alcanzar un posicionamiento sumamente monolítico en el bloque corporativo de Prisa”³⁶¹, tal grado de oposición al gobierno de Chávez fue expresado “cuando se anunció la emisión por satélite de RCTV, el 6 de julio. El medio reproduce ese mismo día un cable de la agencia EFE y agrega un recuadro para afirmar que, pese al regreso del canal por la señal de DirecTv ‘la lucha continua’ con el objetivo de recuperar el espacio en televisión abierta...el diario también hace eco a las denuncias del director de RCTV, Marcel Granier, sobre supuestas ‘presiones y obstáculos’ del Ejecutivo venezolano para impedir que esa ‘lucha’ siga su curso.”³⁶²

³⁵⁹ López, Luis Felipe El SIP alerta de la influencia de Caracas en AL, 15 octubre del 2007, <<http://www.eluniversal.com.mx/internacional/55723.html>>, [consultado el 30 de octubre de 2007].

³⁶⁰ Ego, Ducrot Víctor, Solidaridad con Pascual Serrano y Rebelión.org, 25 de noviembre de 2007, <<http://www.hastasiempre.info/articulo.php?lang=espanol&article=565>>, [consultado el 30 de noviembre de 2007].

³⁶¹ *Ibíd.*

³⁶² *Ibíd.*

Tales noticias difundidas por este medio español incurren en que si bien son golpistas y por lo tanto desacreditan la profesión periodística, también lo hace el hecho de la poca seriedad en el trabajo periodístico en cuanto a recopilación de fuentes necesarias para presentar información confiable, pues “en el texto [anteriormente citado] no se representa ni un mínimo contraste de fuentes. El artículo sólo se basa en la carta del presidente de Globovisión, Guillermo Zuloaga, según lo mencionado por quien argumenta que esa cadena, abiertamente opositora al gobierno, ha sido amenazada de forma constante por Chávez y otros funcionarios con revocarle la licencia de transmisión.”³⁶³

Esta unilateralidad de las fuentes y la falta de confrontación de las mismas es una constante según el análisis realizado entre el 1 y 15 de julio, sobre la cobertura de *El País* respecto a Venezuela y Bolivia, por parte de El Observatorio de Medios de la Agencia Periodística del MERCOSUR (AMP) y la Red de Intelectuales y Artistas en Defensa de la Humanidad, en él se encontró que este medio “recurre a todo tipo de estrategias para desacreditar procesos que son democráticos y populares ...lejos está el comportamiento de *El País*, de ser lo que se proclama, ‘independiente y libre’.”³⁶⁴

Esta observación se puede constatar ya que este medio claramente defiende intereses económicos, pues igual que los medios de comunicación privado comerciales del mundo, protege los intereses del conglomerado empresarial al que pertenece, en este caso a los del Grupo Prisa.³⁶⁵

³⁶³ *Ibíd.*

³⁶⁴ *Ibíd.*

³⁶⁵ Al Grupo Prisa pertenecen editoriales como Alfaguara, Águilar y Satillana, el Grupo Latino de Radiodifusoras (GLR) que integra a Colombia, México, Bolivia, Panamá, Chile y Costa Rica, además de Estados Unidos, asociado a Grupo Godó tiene Cadena SER y Antena 3, juntas tales empresas hacen Unión Radio, cuyo principal mercado además de Europa es América. Ver. Ego, Ducrot Víctor, [Solidaridad con Pascual Serrano y Rebelión.org](http://www.hastasiempre.info/article.php?lang=espanol&article=565), 25 de noviembre de 2007, <<http://www.hastasiempre.info/article.php?lang=espanol&article=565>>, [consultado el 30 de noviembre de 2007].

Otra muestra de los medios privados comerciales que constantemente atacan al gobierno de Chávez son los medios norteamericanos los cuales, al igual que en el ejemplo anterior, lo comenzaron a atacar desde antes de que el presidente venezolano tomara posesión de su cargo.

Con la primera campaña electoral de Chávez, continuó al aprobarse la nueva constitución...prosiguió frente a las primeras leyes de beneficio social y en pro de desarrollo autónomo. Enfilaron las baterías contra la revitalización de la OPEP por el líder venezolano y los precios dignos obtenidos para el petróleo de los países productores, su fortalecimiento de las relaciones con Cuba, el tercer mundo y las potencias emergentes, como China y Rusia, y el activismo por la integración regional...Chávez desafiaba las sacrosantas políticas del Consenso de Washington...Todo ello explica que el golpe de Estado de abril del 2002 estuviera en preparación bastante antes...a través del National Endowment for Democracy... la Sociedad Interamericana de Prensa...como ha documentado la investigadora Eva Golinger.³⁶⁶

De manera que los medios de comunicación internacionales, principalmente los norteamericanos, han estado constantemente atacando al gobierno de Chávez desde sus campañas electorales, inclusive participando en el golpe de Estado del 2002 al igual que también atacaron a este gobierno cuando se tomó la decisión de no renovar la concesión a RCTV, pues el canal de noticias estadounidense CNN (Cable News Network propiedad del conglomerado de Ted Turner), según lo que mencionó el Ministro de Comunicación e Información de Venezuela, William Lara, dicho canal “manipuló la realidad haciendo creer a los televidentes que cubría las manifestaciones de estudiantes en Venezuela, cuando en realidad utilizaba imágenes de una manifestación que ocurrió en Acapulco, México, después del asesinato de un periodista.”³⁶⁷

Otra actuación similar de esta cadena de noticias norteamericana es la que sucedió respecto a la reforma constitucional venezolana a finales del 2007, cuando “CNN estaba transmitiendo en cadena con una televisora local informaciones que daban a entender que los estudiantes muertos eran parte de una protesta contra la reforma...los hechos en

³⁶⁶ Guerra, Cabrera Ángel, *Op. Cit.*

³⁶⁷ Lamrani, Salim, *Op. Cit.*

los que murieron, los dos jóvenes fueron resultado de la acción de una banda armada vinculada a un partido opositor a Chávez, en el contexto de elecciones internas del centro universitario.”³⁶⁸

Este canal junto televisoras nacionales, como Globovisión, han tratado de vincular a Chávez con el terrorismo para justificar sus ataques contra su gobierno, pero también podría ser utilizado para una posible intervención del gobierno estadounidense, tales actos fueron denunciados por el ministro de comunicación quién declaró que “*Globovisión y CNN...habían mostrado en una misma pantalla a Hugo Chávez y un supuesto líder de Al Qaeda, con el objetivo evidente de asociar al presidente venezolano con el terrorismo y la violencia. Esas mismas imágenes se difundieron en CNN en español y demuestran que se trataba de una campaña...con el fin de deslegitimar al inquilino del Palacio de Miraflores a los ojos de la opinión pública*”³⁶⁹, de esta manera se da cuenta una vez más que “Globovisión...viola los principios más elementales de ética periodística”³⁷⁰ y que CNN ha mantenido una política de agresión constante contra el gobierno de Chávez

Otro de los medios de comunicación norteamericanos que también han tenido una incursión de tergiversación de la realidad respecto a Venezuela es el New York Times, el cual posee “el liderazgo entre los medios impresos y electrónicos”³⁷¹, sin embargo “en sus páginas no se encuentra el verdadero periodismo...Su misión primordial es actuar como el instrumento principal de propaganda del Estado.”³⁷²

Con ello se hace referencia a que este medio no solo se apega al libre mercado sino que consolida la línea neoliberal en la política estatal de Estados Unidos, mediante

³⁶⁸ Prensa Latina, Chávez denuncia que CNN difunde planes golpistas en Venezuela, 6 de noviembre de 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=58585>>, [consultado el 17 de noviembre de 2007].

³⁶⁹ Lamrani, Salim, *Op. Cit.*

³⁷⁰ *Ibidem.*

³⁷¹ Lendman, Stephen, El “New York Times” contra el presidente Hugo Chávez, 5 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=53167>>, [consultado el 15 de julio de 2007].

³⁷² *Ibidem.*

propaganda para éste, es decir, hay una relación estrecha entre gobierno y empresas, en este caso conglomerados mediáticos, de esta forma “las guerras imperiales de agresión se presentan como guerras de liberación, intervención humanitaria y democratización. No importa que en realidad se hagan para obtener nuevos mercados, recursos como el petróleo y mano de obra barata.”³⁷³

Muestra de tales agresiones son el golpe de Estado del 2002 en Venezuela, en la cual si bien Estados Unidos apoyó con la intervención de la CIA lo hizo de una forma más discreta y descarada a la vez mediante los medios de comunicación, principalmente electrónicos, ya que “el *New York Times*...siempre lleva la batuta mediática para que el mundo sea seguro para los ricos y poderosos.”³⁷⁴

De manera que claramente defendiendo los intereses del capital en un país como Venezuela rico en petróleo, en el cual “Chávez es la mayor de todas las amenazas...se ha convertido en la figura desestabilizadora en la región”³⁷⁵, lo es para el capital, para Estados Unidos, de ahí su labor de desprestigio desde las campañas electorales a finales de los noventa, de criticar fuertemente la nacionalización de las empresas, además de ser acusado de oponerse al Área de Libre Comercio para las Américas (ALCA) y de ser un caudillo populista que ha militarizado el país.

En este último aspecto el gobierno de Chávez fue acusado por incremento de armamento, siendo que su gasto es menor al de Argentina ocupando el lugar 63 a nivel mundial, como lo constata un gasto que en el 2006, junto con el que otorga el FONDFEN (Fondo de Desarrollo Nacional), fue de dos mil millones de dólares proporción de 500 a 1 respecto a los recursos del Pentágono.³⁷⁶

³⁷³ Lamrani, Salim, *Op. Cit.*

³⁷⁴ Lendman, Stephen, *Op. Cit.*

³⁷⁵ *Ibíd.*

³⁷⁶ *Ibíd.*

De la misma manera que ha sido acusado por el *New York Times* de llevar a cabo una reforma agraria irregular, siendo que el gobierno venezolano sólo expropia latifundios para entregarlos a campesinos y cooperativas. Otras mentiras por parte de los medios privado comerciales son las siguientes:

Larry Roher, reportero de *Times Latin America*...“los presidentes (latinoamericanos) miran por encima de los hombros (preocupados por el) espectro...que la élite dirigente de la región creía haber enterrado: el del populista demagogo, el hombre fuerte a caballo conocido como caudillo’. Luego el *Times* denunció a Chávez por usar petrodólares para ayudar a sus vecinos, equiparando la solidaridad, la cooperación y el respeto por la soberanía de otras naciones con la subversión y la compra de influencia. También lo criticó por aumentar las regalías y los impuestos a los inversionistas extranjeros...el *Times* atacó furiosamente a Chávez. Condenó su “fanfarronería revolucionaria (y su) ambicioso (plan) de quitarle a compañías de USA y Europa el control de varios importantes proyectos petroleros”...Lo que no se menciona es que estos recursos pertenecen al pueblo venezolano...Lo llama “demagogo, que crea ruina y desacuerdo, provocador (y) futuro Fidel Castro”...el *Times* dice que para consolidar sus poderes dictatoriales Chávez cierra RCTV y silencia a sus críticos...y aplastar protestas...Roger Lowenstein columnista de negocios del *Times*... [menciona que] Chávez “militarizó el gobierno, mutiló los tribunales del país, intimidó los medios de comunicación, erosionó la confianza en la economía y desnaturalizó...las instituciones democráticas”...Romero [reportero del *Times*]...decía: “El gasto de Venezuela se dispara a los primeros lugares del mundo...en más de cuatro mil millones de dólares...para ubicarse como la principal nación latinoamericana compradora de armamento” e incluye sugerentes comparaciones con Irán...Sigue diciendo Chávez está llevando a cabo lo que podría convertirse en la mayor redistribución forzosa en la historia de Venezuela.³⁷⁷

Estos atentados constantes se pueden constatar también con lo ocurrido en la Plenaria de la XVII Cumbre Iberoamericana, la discusión entre Hugo Chávez y el Rey español Juan Carlos de Borbón, lo cual ha sido utilizado por los medios privado comerciales como una forma de justificar sus ataques al gobierno venezolano, ya que solo se refirieron constantemente a la frase *¿por qué no te callas?* emitida por el Rey de España sin mencionarse el contexto en el que se expuso, haciéndose de dicha frase una burla para el gobierno de Venezuela, como un espectáculo, como lo muestra el que

³⁷⁷ *Ibíd.*

“Televisión Española, El País de España, El Mundo, Noticias 24 horas... YouTube, sólo divulgaron fragmentos de lo sucedido, cortando fragmentos de los videos y haciendo desaparecer como por obra de magia a las contestaciones del líder bolivariano”³⁷⁸, de manera que construyeron una realidad que les favoreciera, tergiversaron los hechos, pues lo que realmente sucedió fue lo siguiente:

En su primera intervención, el presidente de España, José Luis Rodríguez Zapatero destacó: “No cabe ninguna duda que desde el punto de vista de la historia de la civilización de las ideas (...) Son ideas que emanan de la revolución francesa, en territorio europeo (ahí gira la cabeza y enfoca su mirada sobre Chávez) y eso no es más que una circunstancia histórica...vuelve su mirada a Chávez y dice hasta Carlos Marx era europeo”...En su intervención Chávez dijo: “Creo que no debemos caer en el error de minimizar los factores externos como aquí se ha dicho” y citó lo acontecido durante el mandato de Salvador Allende. Luego enfatizó que está respondiendo a un ataque que anda por el mundo diciendo “que yo soy un peligro para América Latina. Es ahí donde el presidente Chávez dice: “Ese señor es un fascista”...interviene Zapatero y dice: “El ex presidente Aznar fue elegido por los españoles, y exijo respeto”, a lo cual Chávez le interrumpe para decirle: “Dígaselo a él, dígaselo a él Sr. Presidente Que respete la dignidad...porque Aznar anda irrespetando a Venezuela por todas partes, y yo tengo derecho a defenderme”. En ese momento el Rey de España gritó “¡Respeto tú!” frase que no fue captada por los micrófonos. Luego gritó: “¿Por qué no te callas?”...la presidenta chilena intentó calmar los ánimos y pedirles respetar los derechos de palabra a los mandatarios.³⁷⁹

Son estos mismos medios de comunicación ya sean tanto nacionales, regionales o internacionales, los que tergiversan la realidad, teniendo en cuenta que “la realidad por sí misma no existe sino que es una construcción humana”³⁸⁰, dicha construcción favorece a los intereses del capital en un modelo comunicacional privado comercial, pues la parcialidad periodística se encuentra de su lado en un modelo de comunicación sesgado en un solo actor, el mercado.

¿Cuándo informan los grandes medios del poder de los bancos y de los industriales, de sus negocios de la muerte y de la desesperación social que provocan, cuándo explican a los ciudadanos que el dinero mata, que son los grandes grupos económicos los que provocan el empobrecimiento, el hambre y la muerte de millones de personas?¿cuándo informaba RCTV (o

³⁷⁸ García, Simone María Eva, *Op. Cit.*

³⁷⁹ *Ibíd.*

³⁸⁰ *Ibíd.*

cualquier otra televisión de los grandes grupos mediáticos en los demás países) de la pobreza...de los negocios y privilegios de los oligarcas...cuándo se mostraba a los ciudadanos las causas de la miseria, la actividad verdaderamente criminales de las multinacionales, cuándo se informa de la connivencia entre políticos y las empresas...?³⁸¹

No obstante lo que hacen las medidas tomadas por el gobierno venezolano es que han impulsado la libertad de expresión pues un país en el que hubiera un extremo control en los medios nunca se hubiera llegado al golpe mediático, “en ningún país del orbe es posible ver, leer y escuchar que se ataque a las autoridades de la manera practicada en ese país...las campañas alentando el desabastecimiento y hasta la inducción a atentar contra la vida Chávez”³⁸². Esto es lo que los medios de comunicación venezolanos privados comerciales nunca han reconocido, pues inclusive organismos internacionales y regionales que protegen a los derechos humanos han manifestado su apoyo a la decisión de este gobierno.

Actúo en derecho y en consonancia con la Convención Interamericana de los Derechos Humanos de la OEA, que precisamente condena “los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación por cuanto conspiran contra la democracia y restringen la pluralidad y diversidad que aseguran el pleno ejercicio del derecho a la información a los ciudadanos”...Para la OEA, las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos.³⁸³

Esta acción es un paso muy importante en la democratización de los medios, ya que muestra que es posible que éstos sean por y para los ciudadanos, que tengan acceso a los medios y hagan su contenido, sean los protagonistas de éstos tal como lo hacen los medios alternativos, los cuales proponen una visión crítica de la realidad, a los que con este paso que ha dado el gobierno venezolano se les han abierto las puertas

³⁸¹ Torres, López Juan, *Op. Cit.*

³⁸² Bilbao, Luis, *Op. Cit.*

³⁸³ León, Parda Miguel, *Op. Cit.*

principalmente después del golpe de abril del 2002, como lo constata su aumento a 193 medios de comunicación alternativos y comunitarios.³⁸⁴

Tales medios fueron incluidos mediante la reforma constitucional venezolana, como una forma de “profundizar el amparo de los medios de comunicación alternativos y comunitarios para la democratización del acceso a la información en Venezuela”³⁸⁵ y que de esta manera no dependan de los cambios gubernamentales estos medios de comunicación, los cuales “se han extendido a lo largo y ancho de la geografía nacional”³⁸⁶, lo que a su vez también significa un gran avance en el contexto latinoamericano e internacional.

Esto mismo expresa un avance significativo para la participación social en el espacio mediático ya que anteriormente cerca del 55% estaba controlado por los medios de oposición a Chávez, sin embargo ante la apertura de este espacio se da voz a más opiniones y posturas políticas del pueblo venezolano, a los opositores, a los progubernamentales o a los neutrales, se da voz a grupos sociales variados, ya no solo habla el capital.

De esta forma ha cambiado el panorama mediático en Venezuela del 55% de oposición, encabezado por RCTV con el 40%, Globovisión con el 10% y las estaciones privadas locales con el 5%, mientras que las neutrales con el 40%, como Venevisión con el 25% Televen con el 15%, y las progubernamentales como VTV con el 20% y otras más como Vive, ANTV (Televisión de la Asamblea Nacional) y comunitarias con el 5%, ha pasado a conformarse de la siguiente manera: la oposición con el 15%, si solo se considera a Globovisión y a las estaciones privadas locales, mientras que en las

³⁸⁴ Bilbao, Luis, *Op. Cit.*

³⁸⁵ Aporrea, Hoy se celebra la 1ª Asamblea Nacional de Medios Alternativos y Comunitarios en Venezuela, 19 de mayo de 2007, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=51075>>, [consultado el 20 de mayo de 2007].

³⁸⁶ *Ibíd.*

neutrales y progubernamentales no hay cambios significativos.³⁸⁷ De manera que se puede notar que existe un balance en el panorama mediático venezolano con la decisión de no concesión de Chávez a RCTV.

Además de ello el gobierno de Chávez estableció otro avance en materia comunicacional, que también es un paso hacia una prevención de procesos como los que acontecieron en Venezuela en el 2002 y 2003, con la creación del Observatorio Global de Medios el cual se encuentra afiliado al observatorio Global Internacional de los Medios (MWG), creado como organismo autónomo, el cual “es una organización cuyo propósito fundamental es ejercer...la observación permanente de la información proporcionada por los medios de comunicación social venezolana...velar por la vigencia de los Derechos de la libre expresión y de información consagrados constitucionalmente y que gozan de reconocimiento universal.”³⁸⁸

Así, se reivindica al sistema democrático y participativo en materia comunicacional en Venezuela, ya que considera que los medios de comunicación son “instrumentos fundamentales para la vigencia y el funcionamiento del sistema democrático”³⁸⁹, al igual que también considera fundamental el contenido de éstos para la conformación de la opinión pública “de allí la necesidad de un sistema comunicacional que garantice un flujo informativo libre, permanente, fidedigno y plural, y una amplia confrontación de opiniones que proporcione al ciudadano suficientes elementos de juicio para permitirle la toma de decisiones conscientes en su participación en la esfera de lo público”³⁹⁰, es decir, este organismo considera a los medios de comunicación como un servicio público y con responsabilidad social.

³⁸⁷ Wilpert, Gregory, *Op. Cit.*

³⁸⁸ Observatorio de Medios Venezuela, [¿Qué es el observatorio global de medios?](http://www.observatoriodemedios.org.ve/que_es.asp), <[www.observatoriodemedios.org.ve/que es.asp](http://www.observatoriodemedios.org.ve/que_es.asp)>, 1 de junio del 2007, [consultado el 15 de junio de 2007].

³⁸⁹ *Ibídem.*

³⁹⁰ *Ibídem.*

De manera que el gobierno venezolano muestra que solamente de esta forma la propiedad de los medios de comunicación y de su contenido deje de ser privada pues éstos pertenecen a todos los ciudadanos por lo que la propiedad de ellos no puede ser más que social, además con ello se asegura el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que menciona que toda persona tiene derecho de informar y estar informado³⁹¹, lo cual asegura que no se pueda mistificar el discurso de los medios como propiedad social.

Las frecuencias de radiodifusión son patrimonio de la humanidad, administradas por los Estados nacionales, para satisfacer el mayor bienestar de sus pueblos, nadie puede pensar que son propiedad de una empresa o corporación, es protestad de los estados nacionales la concesión, revocación de las concesiones, de acuerdo a su Constitución, sus legisladores, nacionales y los criterios de la ONU sobre derechos humanos y el interés colectivo...en el caso de la no renovación de la licencia a la televisora RCTV en Venezuela, la decisión está totalmente ajustada al derecho, y no significa ninguna arbitrariedad, ni ilegalidad. Extraña asimismo, la injerencia de organizaciones internacionales y multilaterales en asuntos internos de una nación, sobre todo cuando la preocupación ha sido sobre los intereses sectoriales de una sola empresa.³⁹²

Con ello queda expresado que lo sucedido en Venezuela solo concierne al país y no a los demás, pues la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) “reconoce en toda su amplitud el derecho soberano de cada Estado a reglamentar sus telecomunicaciones”³⁹³ y no a los capitales extranjeros de los cuales, sus portavoces, es decir, sus agencias de noticias y demás medios de comunicación principalmente electrónicos y digitales, se encargan de tergiversar la verdad de lo que sucede en Venezuela, a saber “una ratificación clara y contundente de los derechos fundamentales de los ciudadanos sobre la libre expresión”³⁹⁴, pues garantiza dicha libertad para todos los venezolanos y no solo para la elite empresarial, ratificando de esta manera el

³⁹¹ Ver. Vigil, José Ignacio, La propiedad social de los contenidos, *Op. Cit.*

³⁹² Telesur, Las frecuencias de radiodifusión son patrimonio de la humanidad, administradas por los Estados, para satisfacer el bienestar de sus pueblos, *Op. Cit.*

³⁹³ Martínez, Martínez Ricardo, *Op. Cit.*

³⁹⁴ Telesur, Las frecuencias de radiodifusión son patrimonio de la humanidad, administradas por los Estados, para satisfacer el bienestar de sus pueblos, *Op. Cit.*

derecho de informar y estar informado, contrariamente a lo que sucede bajo un modelo privado comercial.

Los consorcios mediáticos tienen el control y la exclusividad para informar y filtrar el acceso a participar en sus contenidos. Refugiados en un uso prostituido de la libertad de expresión, se adscriben la exclusividad y la propiedad para decirle a los ciudadanos lo que deben conocer y lo que no, quienes pueden ser oídos y quiénes condenados al silencio, qué gobiernos tienen su bendición y quiénes deben ser derrocados...han heredado todas las perversidades de las dictaduras: silencian al díscolo, ignoran a la ciudadanía, evaden las leyes y disfrutan de impunidad.³⁹⁵

Sin embargo ante ello no cesan las voces que reclaman la democratización mediática, tal como lo hacen los medios alternativos y comunitarios, para ellos como para el resto de ciudadanos latinoamericanos el paso que ha dado Venezuela es fundamental, pues “si somos capaces de adueñarnos como ocurre acá en Venezuela, de nuestros medios, estamos ante la posibilidad de crear una nueva televisión no solo para América Latina, sino para el mundo...[además] si logramos democratizar de verdad el Internet estaremos quebrando ese concepto terrible de emisor-mensaje-receptor.”³⁹⁶ Con ello se expresa la importancia de la búsqueda de alternativas en materia de comunicación, de otro tipo de modelo que refleje la necesidad de otro tipo de modelo social para América Latina, distintos al libre mercado.

La información es una guerra, una guerra entre modelos sociales. Entre apologetas de un mundo desigual, injusto, mandado por depravados y auténticos terroristas que imponen sangre y fuego un modelo económico que condena a muerte a miles de personas en todo el mundo y los que apostamos por estar al servicio de los grupos, movimientos, intelectuales y luchadores que todos los días se juegan la vida por defender otro modelo de mundo posible.³⁹⁷

Para lograr este objetivo se hace necesario no solo el logro de un país sino su unión con otros, en este caso la región latinoamericana, ya que “la comunicación es,

³⁹⁵ Ibídem.

³⁹⁶ Rebelión, El cineasta argentino Tristan Bauer propone que los estados sean dueños de los medios para crear una nueva televisión para América Latina y el mundo, 19 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51076>>, [consultado el 20 de mayo de 2007].

³⁹⁷ Serrano, Pascual, Otro periodismo también es posible, 20 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51120>>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

pues, capaz de lograr importantes metas en los procesos de cohesión de sociedades”³⁹⁸, para ello Venezuela valiéndose de su iniciativa llamada ALBA, la Alternativa Bolivariana para los pueblos de nuestra América, creada el 14 de diciembre del 2004³⁹⁹ al firmarla Cuba y Venezuela, ha logrado establecer este tipo de alternativas no solo incorporando intercambios de distinta índole entre las naciones latinoamericanas sino estableciendo redes comunicacionales que puedan formar un modelo alternativo al privado comercial y otorguen una imagen fidedigna de Latinoamérica a nivel mundial, independizándola de los consorcios mediáticos y de los intereses de otros países, tal como lo es Estados Unidos.

También se generó la propuesta, en el ámbito comunicacional, de la Televisora del Sur, Telesur, la cual fue creada en “defensa de la cultura latinoamericana y caribeña, y de la identidad de los pueblos de la región, con...respeto y fomento de las culturas autóctonas e indígenas...como instrumento alternativo al servicio de la difusión de nuestras realidades”⁴⁰⁰, dicha televisora de carácter multiestatal, inició sus funciones el 24 de julio del 2005 en Venezuela, Cuba, Argentina, Uruguay y Brasil en un principio, más tarde se unieron Bolivia, Nicaragua y Ecuador, conforme fueron comprendidos en el ALBA.

Esta televisora tiene “su sede en Caracas y cuenta con corresponsalías activas en Argentina, Brasil, Colombia, Cuba, Ecuador, México, Estados Unidos, Nicaragua, Bolivia y Perú.”⁴⁰¹, además cuenta con una red de 12 colaboradores a nivel regional y mundial, los cuales son: “Asunción, Cali, Ciudad de Guatemala, Londres, Madrid,

³⁹⁸ Arcila, Calderón, Carlos, “¿Qué es Telesur?”, *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/160/16009210.pdf>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], diciembre, número 092, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, 2005, p. 46.

³⁹⁹ Márquez, López Winston, *Op. Cit.*

⁴⁰⁰ *Ibíd.*

⁴⁰¹ *Ibíd.*

Montevideo, Nueva York, Santiago de Chile, San José de Costa Rica, San Salvador, Puerto Príncipe y Tegucigalpa.”⁴⁰²

Respecto a su programación, es de 24 horas al día, en ella se transmite contenido informativo contextualizado y veraz, “a través de noticieros, documentales, programas de opinión y análisis, que son producidos en distintos países de Latinoamérica”⁴⁰³ a fin de garantizar la democratización de la producción de los contenidos, su diversidad y pluralidad.

Su señal que es libre y gratuita tiene cobertura mediante cable, vía satélite, Internet y televisoras abiertas, en Centro y Sudamérica, El Caribe, Estados Unidos, Norte de África, Europa Occidental y parte de Medio Oriente⁴⁰⁴. En específico en el caso de Brasil se transmite en portugués con la ayuda de Tele Paraná televisión brasileña para “doblar y subtítular seis horas de contenidos...y utilizar sus redes de distribución en Brasil...para obtener una cadena de portugués en todo Brasil.”⁴⁰⁵

Esta iniciativa mediática regional ha sido acompañada por otros proyectos que hoy son una realidad tales como Radiosur y Prensa Mercosur, los cuales junto a Telesur son “una herramienta formidable ‘para desmontar las informaciones generadas por las potencias hegemónicas’ de allí el valor de su creación.”⁴⁰⁶

Con ello se establece un mayor equilibrio en el espacio mediático mundial, el cual es uno de los objetivos de dichos medios regionales, pues éstos intentan “reivindicar “el protagonismo de los pueblos del Sur en el panorama informativo dominado por el

⁴⁰² Telesur, teleSUR es..., <www.telesurtv.net/noticias/canal/index.php>, [consultado el 15 de junio de 2008].

⁴⁰³ *Ibíd.*

⁴⁰⁴ *Ibíd.*

⁴⁰⁵ Aporrea, Telesur apuesta por implantar su presencia en Europa con España como puente, 8 de mayo del 2007, <<http://www.aporrea.org/venezuelaexterior/n94548>>, [consultado el 15 de mayo de 2007].

⁴⁰⁶ Guerrero, Modesto Emilio, Telesur y el sentido de su existencia en las Jornadas de Caracas, 21 de mayo del 2007, <<http://www.rebellion.org/noticias/2007/5/51145.pdf>>, [consultado el 15 de mayo de 2007].

Norte”⁴⁰⁷, ya que estos medios no sólo son regionales sino también su señal puede captarse en el viejo continente en Madrid, Londres y Bruselas⁴⁰⁸, países a los cuales incursionaron mediante España como puente a finales del 2007, a ellos se trasmite la situación actual real latinoamericana y su bagaje cultural, de esta forma se da cuenta una vez más de la finalidad de tales medios.

Es por ello que se trata de una reivindicación de la condición de América Latina histórica y actual, y así, presentarle al orbe lo que es en verdad esta región, ya que “el mundo solo conocía la <<realidad>> latinoamericana a través de las transnacionales informativas estadounidenses. La América Latina <<made in USA>> era la imagen de la región que proyectaban hacia otras latitudes”⁴⁰⁹, en este aspecto los medios alternativos regionales, como Telesur, surgen “de esa necesidad de darle voz e imagen a todos los sectores de nuestra sociedad, de refrescar la diversidad y la identidad de nuestros pueblos”⁴¹⁰, a pesar de enfrentar obstáculos como lo son la falta de satélites, lo cual hace más compleja la emisión al resto del mundo, al igual que “otra traba es el control que tienen las empresas de distribución de la señal por cable en el continente americano”⁴¹¹, principalmente por el carácter privado de las empresas de cable.

Sin embargo cuentan con el gran punto a favor que es la reivindicación y la superación de los límites de los medios alternativos locales, a los que representan formando parte de dicha señal y ponerlos en igualdad de condiciones respecto a cadenas privado comerciales como CNN, ya que “hasta ahora los proyectos alternativos tenían asumido que eran alternativos al modelo dominante. El salto de TeleSur rompe esta situación...Se tiene la vocación de conseguir que los demás sean alternativos. Es decir,

⁴⁰⁷ Isasi, Mirari, “Los grandes medios están perdiendo su inmerecida credibilidad”, 7 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50564>>, [consultado el 20 de mayo de 2007].

⁴⁰⁸ Aporrea, Telesur apuesta por implantar su presencia en Europa con España como puente, *Op. Cit.*

⁴⁰⁹ Márquez, López Winston, *Op. Cit.*

⁴¹⁰ Santanderciadiviva.com, “Hay mucha cosas positivas que pasan en América Latina y que no se reflejan en la prensa europea”, 30 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=54289>>, [consultado el 10 de agosto de 2007].

⁴¹¹ Isasi, Mirari, *Op. Cit.*

la CNN puede ser la alternativa y nosotros, el medio predominante...Por primera vez, ahora nos hablamos de tú a tú con los grandes medios.”⁴¹²

Otro gran avance regional que se conjunta con Telesur, es el de la señal de televisión del ALBA, Alba TV, cuyo proyecto estuvo realizándose de manera coordinada con los países que lo integran junto con el Ministerio de Comunicación e Información venezolano y otras organizaciones sociales; dicho proyecto “es una red internacional de televisoras comunitarias y movimientos sociales”⁴¹³ salió al aire el 26 de mayo del 2007⁴¹⁴, mediante la señal pública venezolana de Vive TV durante la primera etapa ya que para septiembre contó con su propia señal, la cual es recibida en el caso de Uruguay mediante TV 2, único canal comunitario de ese país en Montevideo, también llegó a Ecuador, Argentina, Nicaragua, a Cuba mediante Televisión Serrana en el oriente del país, además de Colombia, pero también a Nueva York mediante un canal comunitario,⁴¹⁵ con la finalidad de que Latinoamérica pueda proyectar lo que es y lo que se hace en cuestión de organización a nivel mundial.

Mediante este tipo de acuerdos como el ALBA que han servido como base para la propuesta de un modelo distinto en materia comunicacional, también se encuentran ligados los acuerdos bilaterales, como los que ha logrado establecer el gobierno venezolano con Cuba dentro de los cuales en cuanto a comunicaciones se refiere se tiene el objetivo de superar el cerco mediático de la isla con la región, tal como lo constató en el 2007 “un decreto presidencial por el que se autoriza la creación de una compañía mixta para instalar, operar y mantener el sistema internacional de Telecomunicaciones, que incluye la instalación de un cable de fibra óptica marino entre

⁴¹² *Ibíd.*

⁴¹³ ABN, La señal de Alba Televisión saldrá al aire el próximo 19 de mayo, 25 de abril del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50104>>, [consultado el 30 de abril de 2007].

⁴¹⁴ Vive TV, Lanzamiento de ALBA TV, 10 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50699>>, [consultad el 20 de mayo de 2007].

⁴¹⁵ ABN, La señal de Alba Televisión saldrá al aire el próximo 19 de mayo, *Op. Cit.*

los dos países. Recordó que de esa forma las llamadas telefónicas de ambos países no deberán pasar por Europa o por Estados Unidos, como ahora.”⁴¹⁶

Con lo anterior se muestra el papel del Estado venezolano en la vida de la sociedad de su país y del resto de Latinoamérica, el cual no ha decrecido en sus funciones como lo ha hecho el resto de la región, pues el Estado se interesa por la sociedad induciendo a la participación popular, permitiéndole al gobierno conocer y poder darle una solución satisfactoria a las demandas del pueblo venezolano, entre ellos el derecho ciudadano al uso público y democrático del espacio radioeléctrico.

d) La socialización de los medios en el sistema comunicacional cubano

Un caso representativo en materia de comunicación no sólo a nivel continental sino internacional es el de Cuba, ya que nos muestra una alternativa de modelo opuesto al comercial, es decir, de tipo socialista, el cual posee características que ha sabido resguardar ante los reajustes que ha tenido que establecer a través de su vida revolucionaria, principalmente en la década de los noventa en el período especial tras la caída de la URSS y la entrada de tecnología avanzada.

Son estas peculiaridades las que hacen su modelo comunicacional relevante para el mundo, el cual junto con otro tipo de proyectos en el resto de América Latina, conforman un contingente en comunicaciones que hace frente al modelo capitalista, hazaña que Cuba ha emprendido desde 1959 con el momento en el que se declara socialista.

El mundo capitalista había formado parte de la vida de la isla con el establecimiento de relaciones coloniales primero españolas y después norteamericanas, debido al servicio que sus gobernantes garantizaban a favor de la corona española y más

⁴¹⁶ Agencias El Universal, Ve Chávez unión de Venezuela con Cuba, 16 de octubre del 2007, <<http://www.eluniversal.com.mx/internacional/55736.html>>, [consultado el 30 de octubre de 2007].

tarde de las empresas norteamericanas, relegando así el desarrollo del país al consolidar su papel como monoprodutor azucarero y como mercado para las metrópolis, ocasionando de esta manera una gran polarización social, es decir, generando las mismas condiciones sociales como en cualquier otro país capitalista latinoamericano.

En este contexto se encontraban inmersos los distintos ámbitos sociales en Cuba, incluyendo el de las comunicaciones, característica general en América Latina pues “a partir del último tercio del siglo XIX...se modernizó [la prensa] al estilo de la europea y la estadounidense. Los periódicos se independizaron de partidos y agrupaciones políticas y se convirtieron en empresas comerciales... [que] ayudaron a consolidar alianzas político económicas en los distintos países latinoamericanos.”⁴¹⁷

De tal forma que, al igual que en el resto de Latinoamérica, en Cuba la prensa tenía carácter comercial, aún y cuando todavía seguía siendo colonia española, dicha línea en el ámbito de las comunicaciones la siguió al independizarse de España en 1898, durante la intervención y gobierno militar norteamericano⁴¹⁸ y con la instauración de la República de Cuba en 1902, bajo la presidencia de Tomás Estrada Palma y como lo seguiría siendo durante las primeras cinco décadas del siglo XX.

Este modelo de libre mercado fue impulsado por los gobiernos de este periodo, los cuales además de privilegiar al mercado, impulsaron las relaciones de corte neocolonial con Estados Unidos mediante la Enmienda Platt al incluirla en la Constitución de 1901, dicha ley permitía la intervención militar norteamericana cuando supuestamente la seguridad nacional cubana estuviera en riesgo (tal como sucedió en 1906, 1912, 1917, 1921 y 1934), también permitía la instalación de una base militar en Guantánamo, además de la apropiación de bases carboníferas y el control de la política

⁴¹⁷ Fonte, Irene, *La nación cubana y Estados Unidos: un estudio del discurso periodístico, 1906-1921*, Colegio de México, México, 2002, p. 66.

⁴¹⁸ Dicha intervención del gobierno estadounidense tuvo lugar para negociar la independencia de Cuba mediante el Tratado de París con España en 1898.

exterior cubana, mediante el establecimiento de un monopolio estadounidense y de inversiones norteamericanas en los principales sectores económicos, principalmente en la industria azucarera.

De esta manera Cuba estaba atada a una clara ocupación económica y militar, es decir, era una colonia estadounidense, situación que continuó incluso después de la derogación de la Enmienda Platt en 1934, pues prácticamente las condiciones en Cuba se mantuvieron así hasta la revolución.

Por lo cual la línea seguida por los medios electrónicos fue de tipo privado comercial. La radio hace su aparición durante las primeras décadas del siglo XX, el 22 de agosto de 1922 (aunque se inaugura oficialmente el 16 de abril de 1923),⁴¹⁹ cuando Luis Casas Romero emite las primeras señales radiofónicas públicas.

La radio cubana comenzó a desarrollarse desde el ámbito público y mediante el trabajo independiente, esto en cierta medida limitaba su desarrollo, el cual fue difícil y lento debido a la falta de interés del gobierno cubano. Es por ello que no resulta extraño que el carácter público de la radio se perdiera al relegarse este medio al sector privado, específicamente a las empresas estadounidenses, entre ellas a la International Telegraph and Telephone, ITT.

Tal apropiación del espectro radioeléctrico cubano fue parte de las reformas en el ámbito de la política exterior estadounidense respecto a la isla, como parte de la derogación de la Enmienda Platt. Estas reformas planteaban cambios en el tipo y cobertura del control estadounidense, pues ellas proveían un control económico total sobre la isla, lo cual se consiguió con la revisión del Tratado de Reciprocidad Comercial, cuya instauración data de los primeros años del siglo XX, el cual “permitió a Estados Unidos un control absoluto del mercado cubano que de un 25-30% de las

⁴¹⁹ López Oscar y Reinaldo Infante Urivazo, “La Radio en Cuba”, en Merayo, Arturo (coord.), *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*, Comunicación Social, Sevilla, 2007, p.176.

importaciones pasó a dominar más del 80%”⁴²⁰, es decir, se estableció un control comercial total en la isla y con ello una sujeción económica de ese país como parte de la expansión comercial estadounidense.

Cuba era el mercado perfecto para ello, lo cual llevaba a la necesidad de propaganda para el consumo de los productos norteamericanos, fue entonces cuando “se apeló...a la radio, se cambió la legislación del principio y se adoptó una nueva que abría espitas a la exportación comercial.”⁴²¹ De esta manera desde 1934 hasta la revolución los medios de comunicación electrónicos fueron propiedad privada extranjera.

La televisión, cuya etapa experimental se remonta hacia 1949 y cuya inauguración oficial tuvo lugar en 1950, se enmarcó al igual que el resto de los medios en el modelo privado comercial, siguiendo la línea trazada del estilo estadounidense, la injerencia de empresas norteamericanas no se hizo esperar, pues “sus raíces afincaban en el desarrollo logrado en la radio, cuyas bases infraestructurales en la información y el entretenimiento sirvieron de canteras propicias”⁴²², ya que el contenido de la televisión así como el de la radio se dirigían al entretenimiento y al espectáculo.

Sin embargo, la situación no fue tan sencilla en la introducción de la televisión en Cuba, pues se realizaron movilizaciones populares en defensa del espacio público radioeléctrico al no ser consideradas varias provincias dentro de la cobertura de las ondas de televisión, por lo que éstas “demandaron la intervención estatal en apoyo de lo que consideran un derecho...por primera vez se cuestionaba la gestión privada de un medio masivo...por parte de las entonces Isla de Pinos [Isla de la Juventud, hoy] y la provincia de Pinar del Río.”⁴²³

⁴²⁰ Infante, Reinaldo, “Algunas experiencias de la TV en el Proceso revolucionario cubano” en Telado, Ana Rosa (Editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Inscrito para América Latina (IPAL), Lima, 1989 p.117.

⁴²¹ Ibid.

⁴²² Ibid.

⁴²³ *Ibíd.*, p.118.

Estas regiones al ser importantes económicamente, puesto que se dedicaban a producir tabaco, consideraban que poseían la suficiente relevancia como para que se reconsiderara importante su cobertura mediática, sin embargo pesaron más los intereses comerciales norteamericanos, ya que para las empresas estadounidenses “invertir un millón de pesos para satisfacer a una región que les representa el 4 por ciento del consumo nacional”⁴²⁴ simplemente no era rentable.

A esta misma situación, de falta de señal televisiva, se enfrentaban todas las poblaciones agrarias y zonas montañosas del oriente, centro y occidente. De tal forma que con este panorama se puede notar que la producción y cobertura televisiva estaba concentrada, en manos norteamericanas, y centralizada en la capital cubana, como lo demuestran los datos relacionados con la televisión hasta 1959.

[Cuba contaba con] 8 canales o centros emisores de los cuales 7 estaban radicados en la capital. Trece estudios, 12 de ellos en la Habana y uno en la ciudad de Camagüey, complementaban la infraestructura cuyo servicio alcanzaba a 5 capitales de las antiguas provincias, las de evidente poder adquisitivo y para cuya recepción existían unos 360 mil receptores...La potencia instalada se basaba en 27 transmisores que irradiaban 150,5 KW. Del conjunto de canales solamente dos extendían sus señales más allá de las fronteras locales de ubicación.⁴²⁵

El carácter de los medios electrónicos cubanos durante la primera mitad del siglo XX fue comercial. Tal situación dista de la actual, pues desde la revolución se ha creado un modelo no comercial, ya que el espacio de las comunicaciones fue reformado al igual que otros ámbitos sociales por las leyes de recuperación de la revolución cubana.

Con ello se dio un gran paso en la producción, organización y cobertura de los medios de comunicación cubanos, muestra de ello lo brinda la creación de una organización llamada Frente Independiente de Emisoras Libres (FIEL), establecida por iniciativa de pequeños propietarios de emisoras, la cual se constituyó en una cadena nacional destinada principalmente a dar a conocer los acontecimientos revolucionarios

⁴²⁴ Ibid.

⁴²⁵ Ibid.

del país, ésta “entregó sus instalaciones a la Revolución en noviembre de 1960”⁴²⁶ para crearse en 1961 el Instituto Cubano del Arte y la Industria Cinematográfica, (ICAIC), el cual se convirtió en el encargado de las medidas políticas de comunicación en Cuba desde ese momento. En ese mismo año también se crea una agencia de noticias de carácter regional con el compromiso de hacer periodismo comprometido socialmente: Prensa Latina, la cual actualmente sigue en funcionamiento.

La revolución cubana tenía muchos retos por resolver en cuestión de comunicación, destacando el desarrollo de las comunicaciones a nivel nacional, además de una transformación cualitativa, es decir, un cambio de modelo que coadyuvara al desarrollo de la educación y la cultura.

Para lograr tales metas la primera acción emprendida fue la extensión de la cobertura de la señal de televisión a nivel nacional, además de “vincular la gestión del medio a los planes inmediatos del país, cambiar en lo esencial los contenidos del mensaje televisivo, afrontar las dificultades de los insumos y mantenimiento de la base material y técnica de procedencia norteamericana en su totalidad, generadas por el bloqueo económico y comercial impuesto por el gobierno de Estados Unidos; encarar la formación y el desarrollo de cuadros y técnicos capaces.”⁴²⁷

Si bien esta tarea no parece ser sencilla, más aún en un país como Cuba tan golpeado por el colonialismo del capital estadounidense, logró cambiar el contenido de los medios de comunicación al nacionalizarlos, como se puede notar con la televisión, pues “desde 1961 la televisión cubana suprimió de sus pantallas los avisos y anuncios comerciales y los sustituyó por la promoción y divulgación de las tareas revolucionarias, de nuevos valores conductuales, de normas de convivencia y de

⁴²⁶ *Ibidem*.p. 119.

⁴²⁷ *Ibid.*

orientaciones de facilitación social...desterró el soup opera ...reajustó los programas informativos...introdujo las investigaciones sociales[etc.,].”⁴²⁸

Con ello se pudo avanzar en la conformación de una cultura masiva distinta a la entendida en el modelo privado comercial, es decir, el utilizar los medios para la difusión cultural, al ser “el objetivo fundamental de la política cultural de la Revolución...continuar al desarrollo cultural, político e ideológico de las amplias masas de la población...el rescate, desarrollo y divulgación de expresiones de folklore y contribuir al correcto desarrollo de los niños y la juventud.”⁴²⁹

Además de ello, la cobertura de las señales televisivas pasó de 50% al 96%, excluyendo a las zonas montañosas. En cuanto a la conformación de los canales “se habían reducido a dos para todo el país....se abrió un centro emisor en el oriente...en Santiago de Cuba, que disponía de autonomía de horario en el día y se integraba a la cadena del segundo canal por varias horas.”⁴³⁰

Otro avance durante las décadas de los sesenta y setenta fue la del impulso educativo mediante la televisión con las llamadas emisiones de teleclases y la incorporación de receptores en las aulas para los niveles de educación media, lo cual generó un mayor egreso escolar elemental, además aumentó la retención en los alumnos y sirvió para compensar la insuficiencia de profesores, principalmente en el área científica. De manera que fue clave para el desarrollo de proyectos de alfabetización impulsados desde los primeros años de la revolución cubana dando para 1970 por “terminada la participación de la TV en forma regular y sistemática y le confirió un papel de medio auxiliar,”⁴³¹ dicha finalidad educativa de la televisión hasta el momento

⁴²⁸ *Ibidem*, p.123.

⁴²⁹ Dirección de la Cultura Masiva del Ministerio de Cultura, *La cultura en Cuba socialista*, Letras Cubanas, La Habana, 1982, p.65.

⁴³⁰ Infante, Reinaldo, *Op.Cit.* p.120.

⁴³¹ *Ibid.*

puede notarse en la programación televisiva cubana, al ser de este corte gran parte de su contenido.

A estos cambios se añaden los que conciernen al aumento y mejoramiento de infraestructura comunicacional, ya que “entre 1974 y 1975 se introdujo el color y el nuevo sistema de microondas que permite la inversión de la cadena en segundos....incluyó el acondicionamiento de instalaciones en la capital y en provincias, los servicios internacionales de satélite MOLNIA e INTELSAT, la apertura de servicios y corresponsalías en Europa, África, Asia y América Latina,”⁴³² además de la incorporación del cine para la televisión.

Hacia la década de los ochenta, la cobertura de la señal de televisión aumenta hasta alcanzar las zonas montañosas de las Cuchillas de Baracoa, la Sierra Maestra del Escambray y de los Órganos, además de aumentar las horas de programación a 11 mil horas anuales, las cuales se producen por las emisoras de Santiago de Cuba, Camagüey, Villa Clara, Holguín, Matanzas y Pinar del Río “cuyos telecentros generan programas para su entorno...actúan como corresponsalías nacionales hacia los canales centrales y se integran a la cadena televisiva del país.”⁴³³

El avance tecnológico ha tenido una especial relevancia en el aumento de la cobertura de la señal de televisión, de la misma manera en que ha permitido elevar al 90% la programación y la variedad de ésta, la cual se divide en dos, la regular y la de verano. Además de ello, Cuba no solo ha expandido su señal a nivel nacional sino que también lo hace internacionalmente al inaugurarse Cubavisión en 1986, ya que llega “por vía satélite a zonas de África, Centroamérica y Caribe. El Índice de la producción

⁴³² Ibid.

⁴³³ Ibídem, p.121.

endógena alcanza al 70% de lo que se difunde.”⁴³⁴ En cuanto a receptores de televisión, en ese momento se pasó de 120 en 1959 a 181 por cada mil habitantes.

En la actualidad el panorama mediático cubano sigue siendo de carácter público, expresado en el Estado y en los poderes municipales. Mientras que en lo que concierne a las agencias de noticias con las que cuenta Cuba las más importantes son: Prensa Latina y la Agencia de Información Nacional, con sede en La Habana, además de Nueva Prensa Cubana, Cubapress; en los medios escritos, el periódico de mayor difusión es el Granma, el cual se publica diariamente con unos 400,000 ejemplares, la mayoría de sus artículos se relacionan con el ámbito político, económico y discursos oficiales, además posee una versión internacional para los turistas, por lo que se imprime en cinco idiomas.

Entre los medios escritos impresos de carácter nacional se encuentran periódicos como, Juventud Rebelde, publicado de miércoles a domingo, y Trabajadores, cuya periodicidad de publicación es semanal; los tres cuestan alrededor de 20 centavos. Entre las publicaciones que también gozan de una gran popularidad, se encuentra la revista Bohemia, la cual está dedicada al arte. Algunas otras publicaciones escritas también se encuentran especializadas en alguna temática, como los semanarios Opciones y Negocios en Cuba, dedicados al ámbito económico.

Otros periódicos que circulan en Cuba son: Tribuna de La Habana, Guerrillero, de Pinar del Río, La Demajagua en Bayazo, Adelante en Camagüey, 5 de septiembre, Cienfuegos, El Nuevo Fénix y Escambray de Sancti Spiritus, Vanguardia de Santa Clara, Sierra Maestra de Santiago de Cuba y el Diario Oficial del Partido Comunista de Cuba.

⁴³⁴ Ibid.

Respecto a los medios electrónicos, existen 69 estaciones de radio, dentro de las cuales las importantes son: Radio Habana Cuba, Radio Ciudad de La Habana, que ofrece principalmente música tanto nacional como extranjera; Radio Metropolitana, emisora musical especializada en jazz y boleros, Radio Musical Nacional, estación de música clásica; Radio Progreso, emisora que posee una programación variada y cultural; Radio Rebelde dedicada a noticias, entrevistas, deportes y música, Radio Reloj, estación que además de dar noticias las 24 horas da la hora a cada minuto; Radio Taino, Radio Rebelde, Radio Enciclopedia y de la emisora internacional Radio Habana que transmite en nueve idiomas contenido informativo, cultural y musical.

La televisión cuenta con dos canales, Tele Rebelde y Cubavisión, ambas señales confluyen en que no contienen anuncios en su programación, en ella impera el contenido educativo desde preescolar hasta superior, con programas, como Universidad Para Todos, en los que brindan de una forma gratuita, vía televisiva, cursos de diferentes materias al público en general, algunos de ellos son documentales históricos, científicos, artísticos y sociales.

Asimismo, contienen programas informativos sobre las condiciones climáticas para que la población tome precauciones frente a posibles desastres naturales; también se dan consejos para la vida diaria, información deportiva, se transmiten programas de debate y noticieros, aunque de igual manera es posible ver caricaturas pero solo una hora al día al igual que programas de humor nacionales. El cine internacional también es transmitido, pero generalmente hacia la medianoche, aclarando al público sobre los valores de la película y su temática.

Tele Rebelde se diferencia de Cubavisión, por su horario de transmisión pues ésta última transmite de 7 de la mañana a 11 de la noche, mientras que la primera lo hace a las 6 de la mañana, para dar una hora de programación y tomar un receso hasta

la una de la tarde, a partir de este horario su programación es continúa hasta la medianoche.

A principios del siglo XXI, en el 2001 Cuba contaba con cerca de 2,800,000 televisores y 347 aparatos de radio por cada 1000 habitantes⁴³⁵, lo cual nos indica una leve superioridad de presencia de la radio, pero también un incremento de los aparatos de televisión respecto a cifras anteriores, pues la venta de los aparatos eléctricos no ha estado prohibida en la isla de forma permanente, sólo cuando Cuba estuvo en el periodo especial que iniciaría en 1991 tras la caída de la URSS, ya que en ese momento el tambaleo de su economía se hizo evidente tras “la desaparición de más del 80% de su comercio exterior.”⁴³⁶ De esta manera se entiende que fuera restringida la compra de “algunos productos informáticos y otros de gran consumo energético tales como las cocinas eléctricas o los microondas, en una época en la que la producción energética de Cuba era insuficiente para cubrir las necesidades de la población.”⁴³⁷

Esta situación demuestra el bloqueo económico estadounidense vigente desde inicios de la revolución, el cual implica limitaciones en las relaciones de la isla con otros países, es decir, es la estrategia norteamericana de aislamiento para crear condiciones que provocaran un revés a la revolución.

Sin embargo, Cuba enfrentándose al reto de sobrevivir con sus propios recursos y mecanismos, como lo hizo frente a la crisis energética que vivió hasta hace algunos años, ha dado un ejemplo a todo el mundo de que con organización social y con apoyo regional e internacional puede salir adelante, como se reflejó en el 2006 con la revolución energética cubana, la cual pudo tener lugar gracias al apoyo de China y Venezuela, en ella se reemplazaron “los bombillos y los antiguos aparatos de

⁴³⁵ López Oscar y Reinaldo Infante Urivazo, *Op. Cit*, p. 175.

⁴³⁶ Salim, Lamrani ¿Cambios en Cuba?, 19 de abril del 2008, <www.rebellion.org/noticia.php?id=66234>, [consultado el 24 de abril del 2008].

⁴³⁷ *Ibíd.*

electrodomésticos como los televisores, refrigeradores, ventiladores y otros aparatos...por productos más modernos y de menor consumo...subvencionados por el Estado,”⁴³⁸ lo cual explica, como menciona Lamrani, la eliminación de restricciones en la compra de estos productos.

Otro de los medios de comunicación que se ha ampliado son los celulares, lo cual obedece a razones económicas y tecnológicas. En el aspecto económico, si bien la masificación durante los noventa del celular fue un fenómeno mundial, el gobierno cubano por la situación crítica en la que se encontraba económicamente no tenía los elementos necesarios para cubrir esa demanda. En el aspecto tecnológico se encuentra el bloqueo comunicacional de Estados Unidos sobre Cuba promovido en este aspecto principalmente por la Ley Torricelli como parte de la democratización supuesta de Cuba, la cual establece que “cada Megabyte...contratado a empresas norteamericanas o subsidiarias debe ser aprobado por el Departamento del Tesoro. Estableció limitar esa contratación y decidió sanciones extraordinarias...50 000 dólares por cada violación para quienes favorezcan dentro o fuera de Estados Unidos el negocio electrónico de la Isla a través de la red”⁴³⁹, por lo cual también se da cuenta del contenido de la ley Helms-Burton, de 1996, la cual sanciona a las empresas que mantuvieran relaciones comerciales con otras en Cuba.

Este bloqueo electrónico que mantiene Estados Unidos sobre Cuba se expresa por lógica en su avance tecnológico en materia de comunicaciones, situación que genera que la isla utilice alternativas más costosas y lentas que para cualquier otro país capitalista, pues Estados Unidos impide la conexión de Cuba a la fibra óptica del Estrecho de Florida, territorio que pertenece a la isla, pues “el bloqueo que mantiene Estados Unidos sobre Cuba hace que la isla tenga que utilizar un ancho de banda y una

⁴³⁸ *Ibíd.*

⁴³⁹ Elizalde, Rosa Miriam, Diez mentiras en la Vanguardia: La Internet según Pasquali, 16 de junio del 2007, <www.rebellion.org/noticia.php?id=52311>, [consultado el 28 de junio del 2007].

conexión de satélite de altos costos y muy lentos...el que deja sin Internet a los cubanos no es el gobierno de Fidel Castro sino las autoridades estadounidenses, a través del bloqueo.”⁴⁴⁰

De manera que por cuestiones económicas y tecnológicas, las cuales derivan de un tronco común, es decir, del bloqueo, son las que se encuentran de fondo en las medidas tomadas por el gobierno cubano, en este caso para la prohibición de acceso a los celulares en la isla, la cual si bien fue levantada con la mejoría de la situación económica cubana, también ha servido para alimentar las calumnias sobre el régimen cubano por los medios internacionales privado comerciales.

Aunque si bien Cuba se las ha arreglado para poder dar servicio de Internet a nivel nacional, la conexión al cable de fibra óptica sigue siendo un problema en cuanto a la conexión a la red, situación que ha tenido que enfrentar este país desde la conexión de la isla al Internet desde 1994, no obstante, su acceso internacional se dio hasta 1996.

Todos los ciudadanos cubanos pueden entrar a la red, pues su acceso se encuentra socializado, al implementarse conexiones principalmente en instituciones sociales, educativas, culturales, académicas, artísticas, entre otras, lo cual genera que “el 90 por ciento de las computadores son utilizadas por más de un individuo.”⁴⁴¹

También existe una red nacional en Cuba llamada Intranet, cuya conexión es satelital y resulta ser más costosa por esta razón, pero ante el bloqueo informático Cuba no tiene otra opción. En la isla hay cerca de 1,7 millones de usuarios de Internet⁴⁴² “más de 900 mil de correo electrónico, 1351 dominios registrados (.cu) y 2500 sitios Web, de

⁴⁴⁰ Masetti, Santiago, La verdad sobre el Internet y los disidentes cubanos, 22 de julio del 2004, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=2096&titular=la-verdad-sobre-internet-y-los-%22disidentes%22-cubanos-r>>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

⁴⁴¹ Elizalde, Rosa Miriam, *Op. Cit.*

⁴⁴² Masetti, Santiago, Los blogueros que atacan a Cuba, 26 de marzo de 2011, <http://www.prensamericosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=5009>, [consultado el 28 de marzo de 2011].

ellos 135 pertenecientes a los medios de prensa.”⁴⁴³ En general se caracteriza su conexión a la Red por ser sumamente baja, de unos 124 mega Bytes/seg. en cuanto a bajada y en subida a unos 65 mega Bytes/seg., añadiendo que cada megabyte le cuesta a Cuba alrededor de cuatro veces más que al resto del mundo capitalista.⁴⁴⁴

Respecto a este avance e incorporación tecnológica de Cuba, la radio se acerca al proceso de digitalización como una forma de prolongar la radio cubana y de aumentar su cobertura, sin embargo, para ello se necesitan las condiciones tecnológicas necesarias, como nuevos soportes tales como los CD para que sea posible la propagación nítida de los mensajes y de esta manera pueda ser posible el proyecto del desarrollo sociocultural mediante la utilización tecnológica en Cuba, es decir “la aplicación de estrategias que permitan convertir las tecnologías de la información y las comunicaciones en una herramienta a disposición de las transformaciones socioculturales,”⁴⁴⁵ tales finalidades, como menciona Santiago Masseti, han sido verificadas por la UNESCO, generando como resultado el que “todas las escuelas de la isla utilizan los medios audiovisuales e informáticos en un proceso docente educativo, [además] 30 mil estudiantes cursan estudios como programadores informáticos a nivel medio.”⁴⁴⁶

Este avance no sólo habla de un acceso de Cuba a la tecnología sino de su aplicación para el beneficio social, no obstante, para ello requiere de un aumento de la infraestructura, cuestión donde sufre una vez más las consecuencias del bloqueo económico estadounidense, ya que “impide la venta a la Isla de tecnología norteamericana, que como se sabe domina la industria del hardware y el software”⁴⁴⁷,

⁴⁴³ Gobierno cubano, Cuba, www.cuba.cu/subcategorias, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

⁴⁴⁴ Elizalde, Rosa Miriam, *Op. Cit.*

⁴⁴⁵ Masseti. Santiago, *Op. Cit.*

⁴⁴⁶ *Ibíd.*

⁴⁴⁷ Elizalde, Rosa Miriam, *Op. Cit.*

además de ello también requiere de la agilización de la conexión y que le garantice un menor costo.

Ante este panorama, Cuba se ha beneficiado de sus relaciones con otros países latinoamericanos, especialmente con Venezuela, ya que gracias a ellas se ha podido crear un cable de fibra óptica denominado ALBA 1, de aproximadamente 1,860 Km., el cual inició su fase de conexión el 21 de enero de 2011, éste se prevé una a La Guaira, Venezuela, con Siboney, Cuba y tenga una vida útil de 25 años. La ventaja es clara pues se trata de generar una red que produzca mejores condiciones de conexión a Internet en Cuba, ya que de esta forma se facilitarían unos 160 gigabytes/seg., lo cual aumenta la capacidad en la comunicación cubana 3.000 veces, actualmente de 640 gigabytes/seg, permitiendo con ello no solo incrementar su capacidad de conexión a la red, sino su densidad telefónica, lo cual también es una respuesta de lo que puede hacer Cuba ante el bloqueo norteamericano.

Es esto mismo lo que refleja un éxito en las comunicaciones cubanas, el sostener un modelo no comercial y que se ha mantenido al aire por tantas décadas a pesar de los retos que ha tenido que enfrentar un país socialista como éste desde hace medio siglo en un ambiente mundial en el que impera el capital, pero en una región donde parece que la esperanza de una alternativa a éste no ha muerto, pues en Latinoamérica con la llegada de gobiernos como el venezolano o el boliviano parece resurgir no solo la resistencia ante el dominio del capital sino la organización a nivel nacional hacia la creación de vías propias de desarrollo social y de cooperación entre estos gobiernos para contrarrestar en lo posible el peso del capital estadounidense sobre el subcontinente.

Sin embargo, tal labor no es fácil y mucho menos al hacerle frente al capital en su forma implícita cuando “aparece envuelta en celofán de una retórica seductora y en

los oropeles de un moderno Caballo de Troya”⁴⁴⁸, es decir, tras el disfraz de medios de comunicación que se dicen plurales, democráticos y objetivos, o sea, frente a los conglomerados empresariales internacionales, dueños de los medios de comunicación más influyentes, pues éstos de forma abierta exponen sus funciones: “manipular y desinformar sobre cada uno de los aspectos políticos-económico-culturales que se producen en...Cuba, Venezuela, Ecuador, Bolivia, Colombia, Palestina, por citar los más conocidos-generan una abierta desestabilización, y apuestan decididamente a la guerra contra los movimientos populares y los procesos revolucionarios.”⁴⁴⁹

Del terrorismo mediático no se salva Cuba siendo el país latinoamericano pionero que desafió al mundo del capital al transformarse en un país socialista, desde ese momento fue uno de los blancos de desprestigio favoritos por los media privado comerciales internacionales, “porque Cuba representa una alternativa que es un gran peligro para la ideología dominante, es un país con muy pocos recursos, que padece un bloqueo cruel, inhumano, desde el mismo 1959, y a pesar de esta situación, ha logrado, primero, resistir al imperio más poderoso de la Tierra, ...la hazaña más grande de la historia de la humanidad; y mucho más que resistir, ha logrado construir una alternativa creíble al capitalismo inhumano que reina ...y condena a los pueblos a la humillación y al desamparo.”⁴⁵⁰

Tal como se pudo constatar con los medios estadounidenses desde el establecimiento del régimen revolucionario cubano hasta la actualidad, ya que éstos emprendieron “sistemáticas campañas radiales, basadas en el tendencioso manejo de la información a través de emisoras desembozadamente declaradas enemigas de Cuba, o

⁴⁴⁸ Injusticia, Cuba, www.injusticia.cubaweb.cu/coberturaCompleta/2002/sep1002mediatico.htm, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

⁴⁴⁹ Aznárez, Carlos, *El terrorismo mediático, la sumisión de los medios convencionales y la necesidad de resistir a través de una política integral de contrainformación*, Imprenta Nacional y Gaceta Oficial, República Bolivariana de Venezuela, 2008, p.7.

⁴⁵⁰ Lee, Susana, Lo importante es decir la verdad sobre Cuba, 15 de junio del 2007, <www.rebelion.org/noticias/2007/6/52263.pdf>, [consultado el 28 de junio del 2007].

comercialmente encubiertas en un manto de anuncios, frivolidades y añoranzas. Antológicas son las emisoras lanzadas desde antes de abril de 1961...ocasión de la invasión mercenaria de Playa Girón organizada, financiada y armada por el gobierno de Kennedy ...utilizando la radio para propagar toda clase de infundios y crear un clima de desasosiego.”⁴⁵¹

Esta labor de los medios norteamericanos con apoyo de los regímenes estadounidenses se ha impulsado a través de los años siguiendo una línea de información en contra de la revolución cubana ya sea a través de la radio, la televisión o el Internet.

Dicha complicidad entre política y economía, es decir, entre los gobiernos estadounidenses y los conglomerados mediáticos, puede notarse en el respaldo político del que los medios gozan para seguir con la línea terrorista que han desarrollado hasta el momento, como lo demuestra la creación en 1985 de la Office of Cuba Broadcasting (OCB) en Estados Unidos,⁴⁵² para financiar medios como Tele y Radio Martí, los cuales formaron parte de la estrategia con la que “la administración norteamericana decidió extender sus oficiales prácticas diversionistas de la Voz de América mediante una nueva entidad, específicamente diseñada a tiempo completo. La nombraron Radio Martí, en afrenta al Héroe Nacional de la Independencia de Cuba. La dotaron de abundantes recursos tecnológicos y financieros, y anualmente incrementa la cifra con la compra de ‘talentos.’”⁴⁵³

Sin embargo tales esfuerzos de la connivencia gobierno estadounidense-conglomerados mediáticos, a pesar de tener una cobertura que incluye una parte del territorio cubano más cercano a Florida, no han obtenido el resultado esperado.

⁴⁵¹ Injusticia, *Op. Cit.*

⁴⁵² Pérez, Betancourt Roberto, EE.UU.: armas mediáticas para reforzar la guerra económica, 15 octubre del 2007, < www.rebellion.org/noticia.php?id=> [consultado el 7 de noviembre del 2007].

⁴⁵³ Injusticia, *Op. Cit.*

Al cabo de tres lustros los comunicólogos que han regido la intencionalidad de esa emisora han salido muy mal parados. A los sucesivos escándalos por corrupción, favoritismo, parcialización e ineptitud de la mal llamada Radio Martí...entre otras cosas por falta de credibilidad...Si la invasión radial del espacio cubano ha fracasado bochornosamente...el intento a través de Tele Martí ha sido un verdadero relajo...Basta con invocar el testimonio de los propios funcionarios norteamericanos que desde suelo cubano han monitoreado desde siempre tales transmisiones. Ellos saben mejor que nadie que los círculos populares periodísticos y oficiales se califica a la virtual televisora como ‘la TV que no se ve’, aunque sería mejor: la TV que no se ha visto jamás.⁴⁵⁴

Aún y con este fracaso de terrorismo mediático, el gobierno de Bush en su última administración asignó al Plan Bush un total de 37 mil millones de dólares para financiar a estos medios, aún y cuando ellos violan las reglas mediáticas internacionales, tal es el caso de “TV Martí, [que es] ilegal y violatoria de las normas mundiales de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).”⁴⁵⁵

Es por ello que ante tal peligro de alternativas de construcción de otros mundos posibles, como el caso cubano, los media terroristas (el capital que habla, escribe y se presenta en forma virtual), son los encargados de generar “opiniones desfavorables cuando se trata de comenzar a roer los cimientos de países que están intentando construir una alternativa ...al discurso único existente y se vuelcan con todo en la ofensiva de dar cobertura a la represión, a la tortura, al asesinato, a las detenciones indiscriminadas, a la guerra desigual entre opresores y oprimidos en el resto del planeta.”⁴⁵⁶

A esta labor se han entregado los medios internacionales con gran prestigio como *El País*, de España, o Reporteros Sin Fronteras, (RSF), de Francia, tal como lo demuestra esta última organización mediática, ya que “utiliza los mismos argumentos de los Estados Unidos y la extrema derecha, repiten las mismas barbaridades, transforman delincuentes y mercenarios en periodistas y militantes de derechos

⁴⁵⁴ *Ibíd.*

⁴⁵⁵ Pérez, Betancourt Roberto *Op. Cit.*

⁴⁵⁶ Aznárez, Carlos, *Op. Cit.*, p. 8.

humanos, mienten, desinforman a la opinión pública con el fin de crear una imagen tan negativa que la predisponga para ‘aceptar’ una eventual agresión norteamericana contra Cuba; ese es el papel de RSF.”⁴⁵⁷

Estas campañas de desprestigio son una constante en el panorama mediático internacional, las cuales siempre se encuentran al acecho de los gobiernos latinoamericanos que tratan de transformar y mejorar las condiciones sociales de sus respectivos países con el fin de establecer la posibilidad de la aceptación general de la agresión económica, política y militar por parte del gobierno de Estados Unidos, es decir, justificar la violencia internacional en diversos ámbitos mediante la supuesta defensa de los derechos humanos y la democracia.

De tal forma que el capital cae en una gran contradicción que solo es notada por aquellos que pueden acceder a medios de comunicación no alienados al modelo privado comercial, dicha contradicción se refleja en la RSF, financiado por la National Endowment for Democracy (Fundación Nacional para la Democracia), la cual según lo menciona Susana Lee, es una organización financiada por la CIA, es por ello que “RSF carece de legitimidad, de autoridad moral para dar lecciones sobre la libertad de expresión o los derechos humanos, no es digna de crédito.”⁴⁵⁸

Muestra de la tergiversación de la información, y por ello de la realidad, ubicamos la versión de Telecinco acerca del supuesto peligro con el que Fidel Castro se refiere a la cobertura de los medios internacionales en las elecciones cubanas del 2007 (octubre) - 2008 (febrero)⁴⁵⁹, ya que según una noticia electrónica del canal televisivo Telecinco, “se afirmaba que Fidel Castro había enviado un mensaje acusador a

⁴⁵⁷ Lee, Susana, *Op. Cit.*

⁴⁵⁸ *Ibíd*em

⁴⁵⁹ En dichas elecciones se presentaron medios internacionales de todo tipo a cubrirlas, tales Reuters, AFP, Xinhua, EFE, DPA, Terra España, El Universal de Venezuela, El Periódico de España, El Tiempo de Colombia y el Milenio de México. Ver: Nusa, Peñalver Juan Diego, Repercusión en prensa extranjera de las elecciones en Cuba, 23 de octubre del 2007, <http://www.cubainformacion.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=2355&Itemid=65>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

‘occidente’, desde donde –decía el presidente cubano- llegaban ‘vientos fríos’ y conspiradores contra las elecciones cubanas. Sin embargo, una lectura directa del mensaje escrito por Fidel Castro...publicado en la prensa cubana...deja patente que al mencionar la palabra ‘occidente’, el mandatario no se refreía a los gobiernos de los países occidentales, sino a la climatología adversa de la `provincia cubana de Pinar del Río durante la jornada electoral...su texto dice lo siguiente: ‘Vientos fríos procedentes del norte, acompañados de lloviznas y lluvias en la región occidental del país, pretenden conspirar contra nuestras elecciones.’”⁴⁶⁰

La falsedad de tales notas salta a la vista, los que conspiran para tener la nota son estos medios al tergiversar la realidad, al convertir un comentario climatológico en uno político y sin embargo, tienen el poder de formar la opinión pública internacional valiéndose de la tecnología, generando información errónea que el común de la gente toma por verdadera, siendo pocas personas las que la critican e incluso pueden llegar a saber la verdad mediante medios alternativos. Tal situación muestra que si bien los conglomerados mediáticos internacionales tienen “el poder por ahora...nunca tendrán la razón.”⁴⁶¹

Por ello no extraña que mucha gente en el mundo crea que Cuba vive bajo una dictadura, en un régimen antidemocrático, pues esto es lo que le han hecho creer los medios privado comerciales, pero como menciona Susana Lee: cómo puede ser una dictadura la cubana si Fidel Castro tiene el apoyo popular, el cual sin duda ha sido refrendado por todos estos años de revolución mediante elecciones (aspecto muy poco conocido por la opinión pública internacional), las cuales son distintas a las que se llevan a cabo en las democracias occidentales.

⁴⁶⁰ Manzaneda, José, *La conspiración atmosférica de Occidente contra Cuba, versión Telecinco*, 14 de febrero del 2008, <www.rebellion.org/noticias/2008/2/03205.pdf>, [consultado el 18 de febrero del 2008].

⁴⁶¹ Lee, Susana, *Op. Cit.*

En Cuba ha habido más de un 90% de participación en las diferentes elecciones. En Francia ni siquiera se llega al 50%... [lo cual] Demuestra la crisis del sistema democrático occidental... Los electores ya no creen en las instituciones del Estado, en las elites políticas, por eso no van a votar.⁴⁶²

Otra de las falsedades que se han difundido a nivel mundial respecto a Cuba es la que presentó una supuesta hija de Fidel Castro, Alina Fernández, al periódico español El Correo, el cual pertenece al grupo mediático Vocento en su sección internacional del 9 de julio del 2007. Sus declaraciones, junto con la presentación que dicho diario hace de Alina son falsas, pues “el diario la presenta como ‘periodista que lucha contra el régimen personalista de su padre’. Hay que recordar que Alina Fernández ni es periodista ni ha formado jamás parte de la familia del presidente cubano, al que se le conocen 7 hijos”⁴⁶³, de la misma manera que cuando esta persona sale de Cuba en 1994, se organizó una gran cobertura mediática desde Miami con las entrevistas que se le hicieron, siendo Telecinco el primer medio en entrevistarla presentándola ante el mundo como “un símbolo de la definitiva caída de la Revolución cubana,”⁴⁶⁴ de lo cual no solo resultaron ganancias económicas para los medios, sino también para Alina quien no paró de exagerar en las entrevistas sobre las condiciones sociales en Cuba.

Es precisamente el tema de la pobreza, el que más se explota por los medios privado comerciales cuando abordan a Cuba, siendo que este fenómeno no existe como lo conocemos por ejemplo en México y en todo caso obedece a las carencias materiales generadas por el bloqueo económico, al cual se complementa con su versión comunicacional, político e incluso social (si se entiende la prohibición de Estados Unidos de viajar a Cuba) que el gobierno norteamericano ha establecido respecto a la isla como una política internacional.

⁴⁶² *Ibídem.*

⁴⁶³ Manzedo, José, *Op. Cit.*

⁴⁶⁴ *Ibídem.*

Esta es la principal causa y no el régimen cubano el que ha propiciado las condiciones de vida de la sociedad en la isla, no obstante Cuba no cuenta con casos de pobreza extrema, vagabundos o niños de la calle⁴⁶⁵, fenómenos sociales como los que se encuentran en otros países subdesarrollados como efecto de la aplicación de las políticas neoliberales, ya que en Cuba hay una amplia cobertura de la seguridad social por parte del Estado, situación que es prácticamente inexistente en los países capitalistas donde los derechos sociales se han transformado en mercancías, de allí la diferencia con el resto del continente.

En América Latina el pobre no tiene acceso a nada, en el caso de Cuba hay un sistema de seguridad social de alcance nacional...que incluye a todos los ciudadanos independientemente de si han aportado o no al Estado...cuenta con asistentes sociales a lo largo de todo el país, que determinan qué familias necesitan ayuda estatal y cuenta además con instituciones para la protección de los desamparados...algunos núcleos considerados de bajos recursos reciben dinero, electrodomésticos o ropa...a muchos minusválidos sin familia se les asigna una persona para atenderlos en sus casas. Los que en otros países serían “los niños de la calle”...viven en centro especiales donde reciben comida, ropa, atención médica y educación hasta la mayoría de edad, incluso más allá si están estudiando la universidad...Durante la crisis de los años 90 se crearon comedores para los jubilados en los que pueden almorzar y cenar por el equivalente a U\$3 al mes...Ángela Ferriol, Directora del Instituto de Investigaciones Económicas de Cuba...explicó que todo esto es posible porque “a la asistencia y seguridad social se dedica casi el 22% de los gastos corrientes del Estado”.⁴⁶⁶

Respecto a esta temática *El País*, haciendo gala de su tergiversación mediática, presenta, el 14 de julio del 2007, que La Habana ha tocado fondo, que las condiciones sociales han llegado al extremo y la pobreza a su máxima expresión, por lo que hace mención de la falta de alimentos, bajos salarios y vivienda cara, de manera que Cuba, según se expresa en el título de la nota, se encuentra bajo el dilema de producción o muerte.

⁴⁶⁵ Según lo menciona Raúl Castro el 26 de julio del 2007. Ver: Ravnsberg, Fernando, La BBC busca la pobreza en Cuba “No nos consideramos gente pobre”, 14 de noviembre del 2007, <http://www.cubainformacion.tv/index.php?option=com_content&view=article&id=2640:la-bbc-busca-la-pobreza-en-cuba-qno-nos-consideramos-gente-pobreq&catid=96&Itemid=200077>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

⁴⁶⁶ Ravnsberg, Fernando, *Op. Cit.*

En esta nota llama la atención que en primera se refieran a la producción solo en el sentido capitalista y en segundo que esas condiciones tan alarmantes como lo hace notar este medio español, han llegado desde hace alrededor de dos décadas a Latinoamérica bajo la forma de política económica, la política neoliberal, establecida por presiones del Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM) a los gobiernos latinoamericanos.

Respecto a ello, Pascual Serrano menciona que Cuba en la actualidad no se encuentra tan mal, pues la situación crítica de su economía sucedió en los noventa, ya que en la actualidad “todas sus cifras macro y microeconómicas son mejores que las de entonces”⁴⁶⁷, de la misma manera se miente en la nota al mencionar que en la venta de alimentos rige el libre mercado, sin embargo, “la mayoría de los productos del mercado agropecuario se encuentran bajo el formato de precios topados, es decir, regulares por el Estado cubano...no están por tanto bajo la oferta y la demanda...Ese es el caso de otros mercados de precio libre, menos extendidos”⁴⁶⁸, lo mismo puede decirse del aspecto turístico, el cual realmente es muy barato considerando el alojamiento, que va desde 20 pesos, en un habitación particular, a 150 dólares en un hotel de lujo.⁴⁶⁹

Otra falsedad se desprende del supuesto aumento del 400% y del 15% de la electricidad y del transporte, respectivamente, ya que en Cuba “el precio de la electricidad doméstica es de 9 centavos el kw (0’003 euros) si no superan los 100 kw que es el gasto de una familia normal cubana...Es decir, una familia paga 9 pesos cubanos al mes en electricidad”⁴⁷⁰, gasto que como se puede apreciar es menor por mucho en comparación con los demás países latinoamericanos, el precio solo ha subido para los establecimientos grandes, tales como restaurantes privados, que son quienes

⁴⁶⁷ Serrano, Pascual, *El País y Cuba, pasamos el detector de mentiras a dos reportajes*, 17 de julio del 2007, <www.rebellion.org/noticia.php?id=53717>, [consultado el 9 de septiembre del 2007].

⁴⁶⁸ *Ibídem.*

⁴⁶⁹ *Ibídem.*

⁴⁷⁰ *Ibídem.*

más consumen energía. En el caso del transporte público éste se ha incrementado un 4% solamente, y respecto a la falta de capacidad de éstos, si bien es cierto también lo es el que son propiedad estatal, que tiene la obligación de recoger a todos los pasajeros y que su situación de infraestructura se ha visto deteriorada como consecuencia principal del bloqueo económico de Estados Unidos hacia Cuba.

Respecto al gasto del pueblo cubano en alimentos, cabe mencionar que según las declaraciones de un miembro del centro de Estudios de la Economía Cubana (CEAC), quién afirma que “los cubanos destinan el 75% de los ingresos mensuales a la compra de alimentos (...) dejando poco margen para asumir otros gastos”⁴⁷¹ sin embargo, hay que tomar en cuenta que, “esos otros gastos a diferencia de los países capitalistas no son ni la sanidad ni la educación...el teléfono, la electricidad ... el cine, el teatro, el transporte, entre otras muchas cosas.”⁴⁷² De tal forma que con los ingresos que obtiene el pueblo cubano se destinan a la alimentación al ser cubiertas por el Estado las demás necesidades que contempla el ingreso en los países capitalistas.

Estos ataques contra la nación cubana son, como se ha notado, una constante de los medios comerciales, los cuales expresan supuestamente la indignación de la opinión pública internacional respecto a la condiciones de “inhumanidad” del régimen cubano, al mencionar ideas como esta: “cada vez son más las voces que aseguran que para reactivar la producción y mejorar la calidad de vida de la gente hacen falta reformas estructurales. Regresar a la descentralización y conceder de nuevo autonomía a las empresas; fomentar la inversión extranjera y el trabajo por cuenta propia y, en definitiva, ‘liberar las fuerzas productivas’...hablan ya de la necesidad de un ‘nuevo modelo’ de socialismo,”⁴⁷³ es decir, alegan un cambio de sistema, uno capitalista, valiéndose de una supuesta mayor libertad para el pueblo cubano, donde tenga lugar la

⁴⁷¹ *Ibíd.*

⁴⁷² *Ibíd.*

⁴⁷³ *Ibíd.*

“libertad” de la fuerza de trabajo, que no es otra cosa que la esclavización de la nación cubana como el capital lo ha hecho con el resto de América Latina y en general con el mundo.

No obstante, además del ataque mediático a Cuba, se une el de algunos intelectuales, lo cual deja entrever su postura política, tales como Mario Vargas Llosa, quien mencionó “que el presidente de Venezuela, Hugo Chávez, encabeza junto con el gobierno de Cuba ‘una izquierda reaccionaria, troglodita, que aún cree en el comunismo y en el estatismo. En ese grupo también militan el (presidente) boliviano Evo Morales y el (mandatario) ecuatoriano Rafael Correa’, destacó Vargas Llosa en una entrevista en Caracas al diario argentino Perfil”⁴⁷⁴, donde además señaló que esta izquierda es enemiga del progreso, de una izquierda de tipo liberal que, según él, es la que existe en Chile, Brasil y Uruguay, a lo cual cabría preguntar si es posible una izquierda liberal, lo que desde mi punto de vista no existe, pues si lo fuera dejaría de ser izquierda.

Además de ello Vargas Llosa también considera que estos gobiernos latinoamericanos imponen un pensamiento único, al indicar que ellos “piensan que las ideas son como bombas, que pueden provocar explosiones sociales. Nosotros, los liberales, no creemos eso; creemos que las ideas ayudan a mejorar las conductas, ayudan a las conductas democráticas y a la libertad.”⁴⁷⁵ Sin embargo, el pensamiento único ya lo ha impuesto el capitalismo expresado en los medios de comunicación privado comerciales, los cuales son supuestamente libres.

Dicha contradicción de la supuesta libertad de los medios comerciales y el control del capital, cuya connivencia con el gobierno estadounidense se ve reflejada en las medidas de control que ha tomado éste, como puede notarse en el caso de Barack Obama respecto a las políticas impulsada en seguridad cibernética, pues fue él quien

⁴⁷⁴ AP, Chávez y Cuba son trogloditas y comunistas: Vargas Llosa, 30 mayo del 2009, <www.eluniversal.com.mx/notas/601388.htm>, [consultado el 8 de junio del 2009].

⁴⁷⁵ *Ibíd.*

expresó que su país “durante muchos años no brindó protección adecuada a la seguridad de sus redes cibernéticas y anunció que designará a un funcionario para hacerse cargo de la tarea...encargado de dirigir la nueva oficina de ciberseguridad... [como medida ante] las amenazas cibernéticas [las cuales] son uno de los peligros económicos y militares más graves que encara el país. El mandatario [además] indicó que la persona designada responderá ante el Consejo de Seguridad Nacional y ante Consejo Económico Nacional.”⁴⁷⁶

Tales medidas fueron argumentadas por funcionarios gubernamentales quienes insistieron en que “las redes cibernéticas estadounidenses sufren ataques y fraudes constantes, incluyendo el espionaje cibernético de naciones como China.”⁴⁷⁷ Con ello simplemente puede observarse el papel que el gobierno estadounidense ha representado desde el siglo XX, es decir, de policía del espacio radioeléctrico, con capacidad de injerencia en cualquier medio y con restricción incluso militar de su espacio mediático, sin dejar de lado la acción terrorista por parte de sus medios comerciales.

Esto solo es un reflejo del abuso del poder mediático de construcción de la opinión pública internacional que deviene de una posición privilegiada que les otorga el capital y de gobiernos como el estadounidense, en cuanto a cobertura y prestigio, tal como lo demuestran el grueso de “los medios de comunicación occidentales...[son] los primeros en sumarse a hurgar en Cuba, como no lo hacen con ninguna otra nación, con la idea de encontrar ‘disidencia’ donde sólo hay terrorismo anticubano o ‘violaciones de derechos humanos’, cuando se sanciona -como no lo hace casi ningún país del continente- la corrupción, el bandidaje o la violación grave de medidas que afectan la seguridad de un país atacado por el ejército más poderoso del mundo.”⁴⁷⁸

⁴⁷⁶ Baldor, Lolita, Mejorará Obama seguridad cibernética de EU, 29 de mayo del 2009, <www.eluniversal.com.mx/notas/601258.html>, [consultado el 11 de junio del 2009].

⁴⁷⁷ *Ibíd.*

⁴⁷⁸ Aznárez, Carlos, *Op. Cit.*, p. 19.

De tal forma que pareciera que los medios en el modelo privado comercial tienen ceguera en cuanto a la verdad se refiere, y por tanto, provocando la inexistencia de ésta al no transmitirla, ya que “son estos medios ‘libres’ lo que afilan su sagacidad a la hora de descubrir ‘rasgos de fascistización’ o de ‘cubanización’-según les convenga a su discurso difamante-en los gobiernos populares, y de no ver jamás los avances sociales-como son las campañas alfabetizadoras, como las llevadas a cabo por Cuba, Venezuela y...Bolivia.”⁴⁷⁹.

Es por ello que estos medios tampoco observan la ayuda que Cuba, aun en sus condiciones de aislamiento forzado, ha llevado a Latinoamérica y al resto del mundo, lo cual es un gran logro y un ejemplo a nivel mundial, es por ello que la opinión pública internacional poco conoce acerca de que “ningún país en el mundo ha hecho tanto a favor del bienestar de la humanidad como Cuba en muchísimos sentidos...Cuba tiene dos veces más médicos que Inglaterra, con una población cuatro veces inferior, e Inglaterra no es un país subdesarrollado ni pobre, es una gran potencia económica...el mundo tiene que tomar ejemplos de Cuba en la educación, la salud, la masificación de la cultura y la práctica del deporte.”⁴⁸⁰

Como una forma de hacer frente a esta manipulación terrorista de la información, Cuba ha desarrollado todo su sistema mediático desde un modelo que, al ser opuesto al privado comercial, potencia el compromiso social, es decir, el compromiso con la verdad al desarrollar una línea de información que tiene como objetivo burlar el cerco mediático que el gobierno estadounidense le ha impuesto, dar a conocer al mundo la verdadera realidad cubana y brindar información confiable y verídica al pueblo cubano. Para llevar la verdad a nivel internacional, figuran como

⁴⁷⁹ *Ibidem*, p. 16.

⁴⁸⁰ Lee, Susana, *Op. Cit.*

principales medios los virtuales, al poderse generar y subir a la red desde cualquier parte del mundo, así Cuba ha dado a conocer su realidad nivel internacional.

Con ello se da cuenta de que los medios cubanos han utilizado el avance tecnológico para reivindicar la revolución a nivel mundial, tal como lo hace cubadebate.cu, sitio en Internet de información periodística que los propios cubanos realizan y que se encuentra abierto a cualquier otro periodista que pretenda denunciar el terrorismo mediático, ya que este espacio se ha creado “para del intercambio sobre el terrorismo y las campañas de difamación contra Cuba...es la voz del Círculo de Periodistas Cubanos contra el Terrorismo...[el cual se ha desarrollado] desde hace más de 40 años y que ha ocasionado la muerte a más de 3000 inocentes.”⁴⁸¹

Este sitio es un complemento de lo que se llama Cubainformación, la cual es una revista que no solo existe en versión electrónica sino que también puede encontrarse en su versión impresa que se encuentra a disposición de asociaciones y colectivos en donde se reparten de forma gratuita alrededor de 700 ejemplares, de igual manera cuenta con una señal de televisión.

En cuanto a nivel nacional, se han establecido en la programación televisiva una barra de debate y de información especial cuyo objetivo es brindar información y orientar al pueblo cubano, para hacer de él un público crítico respecto a la información política, principalmente en el aspecto internacional, situación que en los demás países latinoamericanos ni siquiera es posible imaginar.

Algunos de los programas que componen esta barra de discusión, son los de las Tribunas Antiimperialistas y las Mesas Redondas,⁴⁸² en ellos son transmitidos por las tardes, a diferencia de las barras de “discusión” en los demás países latinoamericanos, como en el caso de México, en donde a pesar de transmitirse este tipo de programas no

⁴⁸¹ CubaDebate, Quienes Somos, <www.cubadebate.cu/index.php?tpl=desing/quienes_somos.tpl.htm>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

⁴⁸² Aznárez, Carlos, *Op. Cit.*, p. 34.

conforman un espacio verdadero de debate, pues no se permite diversidad de posturas en ellos sino que son expresión del monólogo del capital.

De la misma manera que Fidel Castro realiza publicaciones en las que expone su punto de vista, fundamentado, acerca de la situación política internacional actual, tales como *Reflexiones del Comandante en Jefe* y *Reflexiones del compañero Fidel*, como menciona Carlos Aznárez, aunque en varios discursos internacionales el ex mandatario cubano ha apuntado críticamente no solo al carácter desigual del capitalismo, sino también de las terribles consecuencias que tiene el desarrollo de éste para la humanidad, como lo hizo “el 12 de junio de 1992 en la Cumbre de Río de Janeiro, [donde] lanzó una advertencia muy seria sobre el peligro de extinción de la especie humana a causa de la actividad económica irracional de las naciones occidentales.”⁴⁸³

Así, Cuba ha coadyuvado a la creación de contra-información, como le llama Carlos Aznárez a la información con compromiso social, tal como lo hacen en general todos los medios alternativos opuestos al discurso único que los medios de comunicación privado comerciales ofrecen, ya que “el único modo de pensar es pensar de un modo independiente,”⁴⁸⁴ es decir, es informar la verdad, pues “en un sistema no capitalista no tiene porqué ser rentable, ni estar al servicio de empresas ni de anunciantes...[el periodista] tiene que responder al estado o al colectivo social para el que trabaja, y en la medida que éstos respondan a la ciudadanía y a sus intereses, en esa medida obtendrá toda su legitimidad social.”⁴⁸⁵

Decir la verdad y sostenerla, es sin duda una gran hazaña en un mundo en el que casi todo, si no es que todo, se ha convertido en mercancía incluso la ética, incluyendo

⁴⁸³ Lee, Susana, *Op. Cit.*

⁴⁸⁴ Serrano, Pascual, “Cuba debería privatizar sus empresas para no ser maltratada por los medios”, 13 de julio del 2007, <www.rebellion.org/noticias/2007/7/53507.pdf>, [consultado el 9 de septiembre del 2007].

⁴⁸⁵ *Ibídem.*

la ética periodística, pues “en el capitalismo el periodista tiene que ser rentable...nada de eso tiene que ver con la información...el mensaje está absolutamente condicionado”⁴⁸⁶, con ello se deja de lado el compromiso social, haciendo realmente peligroso para el capital el “defender el derecho del pueblo cubano a ser libre e independiente [el cual] va más allá de la ideología, es una cuestión, como dijera Martí, de ética, de principios morales.”⁴⁸⁷

De allí que sea uno de los derechos fundamentales el informar y estar informado de la verdad con la ética que se supone debieran poseer todos los medios de comunicación, la cual no existe en el mundo capitalista donde los periodistas “que tienen un pensamiento alternativo sobre Cuba no tienen acceso a la prensa,”⁴⁸⁸ aunque las puertas están abiertas en medios alternativos, no obstante la cobertura, promoción, continuidad, financiamiento y prestigio de éstos son sus principales problemas.

Esta situación internacional no es más que una consecuencia de un terrorismo mediático que tiene sitiado a todo el mundo, el cual es desplegado por los conglomerados de medios internacionales en contra de cualquier país que intente vivir de una forma digna, no subyugada al poder empresarial, tal como lo hace Cuba “el país que ha sufrido la más grande campaña terrorista de la historia. La censura de la historia del terrorismo contra Cuba...es una forma de justificar el terrorismo contra Cuba, porque se mantiene desinformada a la opinión pública de esta realidad;”⁴⁸⁹ es éste el que debe ser aniquilado, pues “no se puede justificar cierto terrorismo. El terrorismo es uno solo y no tiene justificación”⁴⁹⁰, no por ser generado por una industria cultural, como parte de los bienes simbólicos que deviene de ella, se le debe restar peligrosidad, es igual o aún más peligroso que cualquier otra forma de terrorismo.

⁴⁸⁶ *Ibíd.*

⁴⁸⁷ Lee, Susana, *Op. Cit.*

⁴⁸⁸ *Ibíd.*

⁴⁸⁹ *Ibíd.*

⁴⁹⁰ *Ibíd.*

Este tipo de acciones así como cualquier otra expresión que ha tomado el capital en contra de las alternativas de organización social, como la que representa Cuba, se expresa desde principios de la década de los sesenta con el bloqueo económico que impulsó desde ese momento el gobierno estadounidense, a fin de transformarla en una “democracia” siguiendo una “deliberada, sistemática, elaborada y creciente política de genocidio dirigida a matar por hambre y enfermedades al pueblo cubano”⁴⁹¹, es decir, con el objetivo de destruir a la revolución cubana, tal como se menciona en uno de los Archivos de Seguridad Nacional elaborado por Dewit Maloy, Secretario de Estado Dwight Eisenhower en 1960, en el cual se “reconoce que para evitar el apoyo popular a Fidel Castro era necesario quitarle divisas al país, dañar su economía y provocar el descontento por hambre y desesperación...[además] prohibió la compra del azúcar cubano la venta de refacciones mecánicas y decretó que no se devolviera a Cuba los 400 millones de dólares que los funcionarios batistianos robaron de la reserva federal de la isla.”⁴⁹² Dichas medidas fueron hechas de carácter internacional con la presidencia de John Kennedy y seguidas por los demás gobiernos norteamericanos hasta la actualidad.

Es por ello que esta medida, no es sino una forma de violencia, que aunque no militar, genera consecuencias igual de desastrosas, una violencia legitimada en su momento por los gobiernos latinoamericanos, pues si bien esta iniciativa fue impulsada por Estados Unidos tuvo el consenso del resto de América Latina en una de las Asambleas Generales de la OEA, la cual tuvo lugar en Punta del Este (Uruguay) del 22 al 31 de enero de 1962, en ella el bloqueo y expulsión de la OEA fue avalada “por 14 de los 21 gobiernos de entonces, seducidos por las promesas de la Alianza para el

⁴⁹¹ Guerra, Cabrera Ángel, “El bloqueo y la semántica yanqui” en La Jornada La realidad cubana el bloqueo hoy, 14 de octubre del 2004, p.2.

⁴⁹² La Jornada, “Entrevista a Jorge Bolaños, embajador de Cuba en México” en La Jornada La realidad cubana el bloqueo hoy, 14 de octubre del 2004, p.1.

Progreso,⁴⁹³ es decir, por las ofertas ofrecidas por el gobierno estadounidense de un progreso social y económico, pero también, como una forma de presión ante el poder de este gobierno en el continente.

Dicho bloqueo ha provocado económicamente a Cuba, según Pérez Roque, canciller cubano, pérdidas por 89 mil millones de dólares,⁴⁹⁴ cifra mínima considerando que es un bloqueo comercial que ha perdurado ya casi cincuenta años, sostenido y reforzado hasta el momento por once presidentes norteamericanos, pues “cada uno de los ocupantes de la Casa Blanca, excepto James Carter han hecho todo lo posible para endurecer el bloqueo... Los republicanos Ronald Reagan y los dos Bush fueron quienes más extremaron la medida. En 1991... empezó aplicarse la Ley Torricelli, que prohibió que subsidiarias de empresas estadounidenses basadas en terceros países vendieran productos a Cuba.”⁴⁹⁵

Sin embargo, las administraciones demócratas no han sido distintas en cuanto tal mantenimiento y recrudescimiento de esta medida unilateral, la cual fue reforzada con la llamada Ley Helms-Burton de 1996 en la que se “establece que un empresario de cualquier nacionalidad que comercie con Cuba será sujeto a sanciones por tribunales estadounidenses... Poco después se le añadió la polémica enmienda 211, que determina también que cualquier ciudadano y su familia directa... que invierta en Cuba o acepte inversiones cubanas, no recibirá visa para viajar a Estados Unidos. Y otra más que impide a cualquier empresa del mundo que opte por comerciar con Cuba recurrir a

⁴⁹³ Gonaldi, Germán, La OEA debe aprobar el ingreso de Cuba, 31 de mayo del 2009, <www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4354>, [consultado el 1 de junio del 2009].

⁴⁹⁴ La Habana/Naciones Unidas (Agencias), Condena la ONU el bloqueo de EU a Cuba, 31 de octubre del 2007, <www.eluniversal.com.mx/notas/580950.html>, [consultado el 7 de noviembre del 2007].

⁴⁹⁵ La Jornada, *Op. Cit.*, p.1.

tribunales estadounidenses a defender el derecho de patente. Eso permitió que Bacardi usurpara la marca de ron Habana Club, propiedad de Pernaud Ricard.⁴⁹⁶

De tal forma que este bloqueo no tiene otro objetivo que no sea el asesinato del pueblo cubano con armas económicas al mantenerla alejada de las relaciones, no solo directamente con Estados Unidos y sus empresas, sino del resto del mundo, de las empresas filiales estadounidenses en otros países y en general de cualquier empresa. Es por ello que tal bloqueo no solo tiene carácter económico, dado que “no solo le impide [a Cuba] las relaciones económicas entre ambos -lo que pudiera llamarse embargo- sino que en la práctica condena a la isla a no recibir créditos internacionales, salvo a tasas draconianas, y le enajena el acceso a muchos otros mercados.”⁴⁹⁷

Esta situación de aislamiento es la que genera las condiciones económicas y sociales en las que vive Cuba y no su tipo de régimen, como nos lo han hecho creer los medios comerciales, así como es esta medida la que genera que Cuba pague “200 mil millones de dólares anuales de sobreprecio en su factura de fletes marítimos -única vía comercial siendo isla-, ya que las leyes del bloqueo prohíben que cualquier barco que haya atracado en un muelle cubano pueda tocar costas estadounidenses a menos de que hayan pasado seis meses de ‘cuarentena’...[también ha generado que] La Reserva Federal de Estados Unidos [multara] con 100 millones de dólares al banco suizo UBSSAG...por enviar dólares a Cuba...MDS Nordion vendió a Cuba equipos radioactivos para el tratamiento de tumores cancerígenos, y suspendió el contrato al ser comprada por Varian Medical Systems, de Estados Unidos.”⁴⁹⁸

No obstante, este bloqueo ha sido condenado en forma internacional durante las Asambleas Generales de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) las veces en que se ha puesto a votación desde 1992, aunque en aquella primera vez “la asamblea no

⁴⁹⁶ Ibidem, p.2.

⁴⁹⁷ Guerra, Cabrera Ángel, *Op. Cit.*, p.3.

⁴⁹⁸ La Jornada, *Op. Cit.*, p.2.

alcanzó el quórum necesario, ya que Washington había amenazado a la mayoría de los estados miembros con ‘afectar’ sus relaciones bilaterales si participaban en la votación.”⁴⁹⁹

Si bien esa primera votación pudo ser sabotada por el gobierno norteamericano, fue un gran paso para el aumento de los votos en contra de esa política, pues en 1993 “se logró la aprobación, con 59 votos. Desde entonces, cada año ha aumentado el caudal de adhesiones.” Tal como lo demuestra la votación del 2003 en la que se tuvieron 179 votos a favor de un total de 189 países, siendo los votos en contra los de Estados Unidos, Israel y las Islas Marshall, mismos países que se han mantenido su apoyo constante al bloqueo en las votaciones internacionales, en las que se puede notar el aumento del apoyo a la isla caribeña siendo 182 y 183 votos a favor en el 2005 y en el 2006, respectivamente, y como se puede apreciar en las votaciones del 2007, en donde se obtuvieron 184 votos a favor, al unirse a los votos anteriores el de Costa de Marfil, de los 192 países que conforman la ONU, solo 4 en contra (los tres ya mencionados más las islas Palau), y una abstención, por parte de Micronesia.

De tal forma que es en estas votaciones se refrenda la defensa a los derechos del pueblo cubano, tal como lo expresara su secretario de relaciones exteriores, al mencionar que “la brutal guerra económica que impone contra Cuba [el gobierno estadounidense] no afecta solamente a los cubanos, sino que viola el derecho internacional y los principios establecidos en la Carta de las Naciones Unidas. Entre 2006 y 2007, al menos 30 países se vieron afectados por las disposiciones extraterritoriales de la política de bloqueo.”⁵⁰⁰

Ante estas declaraciones el representante norteamericano en la ONU, Ronald Godard, mencionó que ese tema sólo compete al gobierno estadounidense, afirmando lo

⁴⁹⁹ Ibidem, p.1.

⁵⁰⁰ La Habana/Naciones Unidas (Agencias), *Op. Cit.*

que es el mundo: un imperio estadounidense, y una vez más afirmó lo que tantas veces han transmitido los media privado comerciales, que el único embargo en Cuba es el de la libertad, tal posición la confirmó después Bush el 24 de octubre del 2007, al mencionar que “el régimen cubano utiliza el embargo de Estados Unidos como chivo expiatorio de todos los suplicios que padece Cuba...[y aseguró que] mantendría el embargo hasta que cambie la dictadura.”⁵⁰¹

Esta postura ultraconservadora de Estados Unidos bajo el régimen Bush se esperaba que cambiara en el ámbito internacional y principalmente el latinoamericano ante la violencia mundial de este país con la llegada al poder de Barack Obama y de esta manera pudiera lograrse la eliminación de la política anticubana, tal como se expresa en una reincursión de la nación caribeña en los organismos regionales, como la Organización de Estados Americanos (OEA), de la cual fue expulsada Cuba en 1962, tema que ha sido apoyado por algunos mandatarios latinoamericanos, como el presidente de Ecuador, Rafael Correa, quién mencionó que “la OEA debe presentarle disculpas a Cuba sobre la barbaridad que cometió desde hace varias décadas.”⁵⁰²

Esta temática fue la que generó una gran controversia desatada durante la 39ª reunión de la Asamblea Permanente de la OEA en San Pedro Sula (Honduras) llevada a cabo el 2 y 3 de junio del 2009, ya que en ella gobiernos como el ecuatoriano, nicaragüense y venezolano pidieron el regreso de Cuba a la OEA como una forma de pluralizar a esta organización continental, e inclusive lo hicieron organismos como la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), integrada por Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela.

⁵⁰¹ Ibidem.

⁵⁰² Hernández, Jaime, Cuba dice “sí” al diálogo con Estados Unidos, 1 de junio del 2007, <www.eluniversal.com.mx/internacional/611111915.html>, [consultado el 1 de junio del 2007].

Sin embargo, la respuesta de Estados Unidos mediante sus representantes diplomáticos fue en principio que el tema del regreso de Cuba no era el principal, argumentando que la Asamblea tenía el objetivo de la no violencia, después referirían que no pueden reintegrar a Cuba porque ésta no cumple con la Carta Democrática Interamericana, la cual “dispone que no pueden ser miembros del organismo aquellos países que no tengan un sistema político pluripartidista, elecciones ‘libres y representativas’”⁵⁰³, por lo cual, argumenta el gobierno norteamericano que solo regresará Cuba si es que se apega a los “valores democráticos”, mientras que por su parte el congreso estadounidense “en rechazo a la medida, siete legisladores lanzaron una iniciativa para suspender el aporte financiero estadounidense a la OEA.”⁵⁰⁴

No obstante, lo que Cuba considera es que “no le interesa regresar a la OEA mientras esté controlada por Estados Unidos,”⁵⁰⁵ con ello, se abre la posibilidad de dar paso a otro tipo de organizaciones, pues Venezuela y Ecuador han manifestado la posibilidad de “abandonar la organización si no se transforma y propuesto crear un organismo sin EU,”⁵⁰⁶ la cual podría ser creada solo por estados latinoamericanos y debería estar realmente comprometida con su pueblo, éste sin duda sería un enorme paso para América Latina a nivel internacional, al generarse institucionalmente la gran nación latinoamericana, como la consideraba Bolívar o Martí.

Sin embargo para lograr una labor de esas dimensiones se necesita del apoyo de gran parte de los países latinoamericanos, al igual que un cambio en la política internacional estadounidense, la cual hasta antes de la última Cumbre de las Américas había tratado de ser suavizada respecto a Cuba, tal como se notar en la eliminación de

⁵⁰³ Gonaldi, Germán, *Op. Cit.*

⁵⁰⁴ AP y EFE, La OEA “reintegra” a Cuba, 4 de junio del 2009, www.eluniversal.com.mx/internacional/61951.html>, [consultado el 4 de junio del 2009].

⁵⁰⁵ Gonaldi, Germán, *Op. Cit.*

⁵⁰⁶ AP y EFE, OEA, sin rumbo fijo sobre el caso de Cuba, 3 de junio del 2009, www.eluniversal.com.mx/internacional/61951.html>, [consultado el 3 de junio del 2009].

restricciones para viajar a la isla y enviar remesas, al igual que “una serie de medidas, que incluyen la facilitación de enlaces de comunicación celular y satelital con el pueblo de Cuba y de éste con el exterior...[además] pueden enviar como regalo a Cuba...ropa, artículos de higiene personal, semillas, equipo de pesca y otros objetos personales, ”⁵⁰⁷ disposiciones a las cuales se unen las negociaciones migratorias que son retomadas hasta 2009 desde el 2003, en las que se propuso la creación de un servicio postal entre ambas naciones.

De ello se cabe esperar que realmente sean reformas de fondo y que no sean una forma disfrazada de agresión, aunque cabría también considerar el cese de tales reformas como reafirmación de la postura norteamericana respecto a la OEA, al igual que el papel de sus medios comerciales, ya que si bien se está dando paso al acceso libre del espacio radioeléctrico a Cuba, no cesarán los medios comerciales, internacionales y sobre todo los estadounidenses de realizar su labor es decir, de fabricar falsedades aún y cuando el cerco mediático “se está rompiendo.”

⁵⁰⁷ AP, Obama facilita Viajes y envío de remesas a Cuba, 13 de abril del 2009, <www.eluniversal.com.mx/notas/590618.html>, [consultado el 16 de abril del 2009].

Capítulo 3. Importancia y perspectivas de los medios de comunicación alternativos en la conformación de nuevos espacios de comunicación en México, Cuba y Venezuela.

a) Características de los medios de comunicación alternativos en México, Venezuela y Cuba

El contexto mediático latinoamericano actual nos presenta un panorama desigual en cuanto no existe una participación equitativa de todos los actores sociales en el espectro radioeléctrico, ya que principalmente son las empresas, seguidas de los representantes del poder político, quienes tienen una mayor incidencia y capacidad de cobertura en la producción y difusión de contenido a través de los medios de comunicación, lo cual refleja las desigualdades sociales, económicas y políticas de la región, expresadas en este caso en la exclusión de la participación social en el espacio mediático, en el acceso y la utilización de éste por todos los actores sociales, situación que refleja el relego de la cosa pública al espacio privado, generando con ello el silencio de las necesidades y los intereses reales de la población.

Es por ello que los medios llamados alternativos, libres, independientes y comunitarios se conforman como un espacio necesario para la incursión de la sociedad organizada en el espectro radioeléctrico, dado que en el contexto actual “cada vez nos alejamos más de unos centros de decisión que se han desplazado de la esfera política a las transnacionales, al poder económico y mediático.”⁵⁰⁸ En este sentido, se vuelve imperativo recuperar la esfera pública, el espacio de reflexión y toma de decisiones para que los ciudadanos actúen de forma democrática.

Este alejamiento supone una pérdida de efectividad de las formas de acción colectiva de estos últimos dos siglos (la manifestación, firmas, huelgas, etc...), que necesitan renovación e innovación [es por ello que] Un repertorio reorganizado de formas de acción, y otros espacios y redes, va apareciendo en los movimientos sociales: contracumbres, acciones globales,

⁵⁰⁸ Marí, Víctor Sáez, *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*, Popular, Madrid, 2004, p.257.

espacios de contrainformación, redes telemáticas manifestaciones mundiales...el ciberespacio [y en general el espacio radioeléctrico] se puede contemplar como un espacio a ocupar y una ciudad por construir.”⁵⁰⁹

Los medios alternativos también resultan importantes en tanto proporcionan un conocimiento distinto al difundido por los medios del modelo privado comercial, que transmiten la perspectiva de un solo actor social, el mercado, generando con ello un mensaje sesgado por los intereses de lucro, de allí que los medios alternativos traten de criticar esta visión y luchar por la creación de espacios mediáticos que den cuenta de la visión del resto de actores sociales. Tal labor tiene lugar a partir del periodismo comprometido socialmente, es decir, guiado por la ética periodística, pues “no hay ética periodística sin ética social, entendida ésta como un compromiso con los intereses de las mayorías... No debe ser más importante...quién comunica, sino qué se comunica y para qué se comunica.”⁵¹⁰

Dentro de las características de este tipo de medios encontramos especificidades referentes a la manera en que son llamados, ya que la comunicación alternativa es “un conjunto de prácticas cuyo significado y contenido ‘connota un cierto alejamiento de la comunicación dominante, masificante, comercial y política’ y busca otras formas de expresar discursos específicos que no son atendidos por los medios masivos imperantes”⁵¹¹; los actores de que intervienen en este tipo de comunicación se refieren a “aquellos sujetos y colectivos que, por razones de clase, etnia o género, entre otras, no son reconocidos como interlocutores válidos en el ámbito dominante.”⁵¹²

⁵⁰⁹ Ibid.

⁵¹⁰ Camaño, Juan Carlos, *Todos somos comunicadores*, 21 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51136>>, [consultado el 25 de mayo del 2007].

⁵¹¹ Barranquero, Alejandro y Chiara Sáez Baeza, *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación* [en línea] <<http://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf>>, Congreso Internacional AE-IC "Comunicación y desarrollo en la era digital", Sección: *Teorías y métodos de investigación en comunicación*, Málaga, 2010, p. 5.

⁵¹² Ibid.

En tanto que comunicación comunitaria se distingue por ser un conjunto de prácticas sociales que conforman una propuesta o proyecto político cultural “que un colectivo u organización ofrece a la sociedad exponiendo claramente como pretenden incorporarse y en consecuencia incidir en ese tejido social...es un proyecto político, en el sentido que asume compromisos y toma posición respecto a la problemática concreta en que vive y se ubica en el contexto social en donde se desarrolla...son experiencias que se relacionan con la libertad de expresión ... es una reivindicación de los sujetos individuales y colectivos frente a los poderes...en forma de ideas, opiniones y lenguajes ...con el fin de aportar un diálogo colectivo para la construcción de consensos y del debate que lleve a una participación corresponsable.”⁵¹³ De esta forma la comunicación comunitaria no solo es un conjunto de prácticas sino también es un espacios ciudadano “de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia.”⁵¹⁴

Si bien tienen una especificidad que nos hace nombrarlos de una cierta manera, lo que éstos comparten es su finalidad social, su apego a la responsabilidad ética de informar, su compromiso con la verdad, su lucha por el reconocimiento legal y la óptima ejecución de las leyes, es decir, su objetivo es el hacer valer el derecho de todos a informar y ser informado, lo cual los lleva hacia la lucha por la transformación social, en la que la democracia recobre su verdadero significado, es decir, la garantía de una sociedad justa, equitativa y participativa.

Tal como lo menciona Mario González Camejo al referirse a la orientación de la comunicación al servicio social y a los problemas, al fungir como conducto para las propuestas sociales de manera independiente de alguna institución u organismo político,

⁵¹³ Calleja, Aleida, “La radiodifusión comunitaria. Espacio de construcción ciudadana”, en Vega, Montiel Aimée, Maricela Portillo y Jerónimo Repoll, *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C y Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Tabasco, 2008, pp.35, 37, 39.

⁵¹⁴ *Ibidem*, p.38.

como parte de una organización social autónoma, con una “estructura organizativa completamente horizontal, participativa, protagónica y verdaderamente democrática.”⁵¹⁵

Es por esta razón que los intereses de tales medios se encuentran relacionados con la lucha por el acceso a las nuevas tecnologías de comunicación, la posibilidad de difusión de contrainformación o información alternativa, la conformación de espacios de trabajo colectivo y la creación de vías alternativas que garanticen el uso del conocimiento universalmente.

Esta lucha se desarrolla a través de los medios electrónicos y digitales, principalmente la radio y la red, siendo en esta última donde algunos espacios funcionan igualmente como “proveedores de conexiones a Internet y correo electrónico o alojamientos web, así como formación y alfabetización informática”⁵¹⁶, es decir, abren la posibilidad de conexión y utilización del Internet de la forma más amplia posible, ya sea mediante acciones en contra de las tarifas y requisitos para obtener una conexión, así como garantizar la vía del acceso a la utilización mediática a través de la difusión del conocimiento acerca del uso de las nuevas tecnologías.

Este aspecto resulta ser una ventaja poderosa al considerar que en Latinoamérica tan sólo hasta el 2004 el porcentaje de la población total con acceso a Internet se había concentrado en solo el 9.4% del total, sin importar que mundialmente había crecido 183% del cual la región solo representaba el 5% de los usuarios⁵¹⁷, reflejo considerable de la desigualdad de acceso a los medios electrónicos y de la importancia de los medios alternativos, dentro de los que también desataca el poder de difusión de la radio, la cual a nivel regional cuenta con una cobertura del 91,33% ⁵¹⁸ de la población total, de allí

⁵¹⁵ González, Camejo, Mario, *Dictadura mediática globalizada. Etapa superior del imperialismo yanqui*, Fondo Editorial Ipasme, Caracas, 2008, p. 94.

⁵¹⁶ Marí, Víctor Sáez, *Op. Cit.* p.258.

⁵¹⁷ López, Vigil José Ignacio, *Op. Cit.*

⁵¹⁸ *Ibíd.*

que sea un medio primordial en la apertura de espacios para la participación social, situación que expresa el impacto de las radios comunitarias y alternativas.

La contrainformación o información alternativa, es el contenido principal de la mayoría de los medios de comunicación alternativos y comunitarios, la cual principalmente se centra en la transmisión y/o producción de material, de forma electrónica o digital, en forma de textos, documentos o publicaciones, “de todo aquello que se silencia por intereses corporativos que controlan los medios de comunicación, bien como un modo de crear formas de comunicación horizontal y creación de redes; como instrumento para la coordinación y cooperación de los grupos transformadores, alternativos, críticos o antagonistas”⁵¹⁹, es decir, la difusión de material crítico con fines de acción colectiva, ya que concientizan al pueblo de las problemáticas actuales nacionales e internacionales, lo cual da pauta a la participación ciudadana organizada mediante la creación de redes sociales.

La función de los medios alternativos como espacio de acción se encuentra íntimamente relacionada en este punto, puesto que en algunos de ellos la relación de los emisores con el receptor no es pasiva ni vertical, sino una interacción horizontal, lo cual se refleja con una mayor incidencia en los medios digitales, pues los sitios web de los medios alternativos son utilizados como “plataformas de contacto y difusión de grupos de investigación, educación, intervención social, etc. En el ciberespacio es posible encontrar grupos y redes que continúan el trabajo iniciado hace décadas de la Educación Popular y de la Comunicación para el Desarrollo, referidos especialmente al contexto latinoamericano.”⁵²⁰

En cuanto al aspecto de la universalización del conocimiento, es una característica principalmente de la red, ya que en ella se expresa con mayor énfasis el

⁵¹⁹ Marí, Víctor Sáez, *Op. Cit.*, p.258.

⁵²⁰ *Ibid.*

monopolio mediático mundial de la propiedad intelectual, por lo que en este aspecto se encuentra representada la alternativa que proponen los medios libres en la red con el software libre, expresado en copyleft, como una forma de abrir el acceso y la apropiación de conocimiento sin las trabas que determinan las empresas comerciales en este ámbito.

De tal manera que estas características dan cuenta del formato⁵²¹ desde el cual operan estos medios, cuyo objetivo es la generación de reflexión y participación, mas no de consumo como los medios comerciales, pues “los formatos específicos de los medios de comunicación muestran un grado diferente de politización o despolitización y que por lo mismo, crean una imagen específica de la realidad política con resultados diferenciales para la conducta política de sus receptores.”⁵²²

Las diferencias entre ambos formatos pueden expresarse de acuerdo a tres criterios: multiplicidad, profundidad y atractividad. Tales categorías se presentan en los medios de comunicación alternativos, libres o comunitarios, de la manera siguiente: la multiplicidad en ellos es muy marcada, pues cuentan con una postura plural, democrática, en cuanto a normas, valores e intereses, además de que siempre se está innovando en contenido y formas. En tanto que la profundidad temática en estos medios es muy clara e influye reflexivamente en el público, y respecto a la atractividad, es una cuestión secundaria, pues priorizan el contenido en detrimento de ésta.⁵²³

Por lo que los medios de comunicación alternativos impulsan la politización de los espectadores al priorizar la profundidad temática y la multiplicidad de posturas, lo cual refleja la importancia del contenido sobre cualquier otro aspecto.

⁵²¹ Se refiere a la lógica propia específica de un determinado medio técnico de difusión (radio, prensa, televisión) al convertir informaciones no estructuradas en patrones de información estructurados temporal, espacial y objetivamente. Ver Marcinkowski, Frank, “La politización y la despolitización de la “realidad” en diferentes formatos de medios de comunicación”, en Hofmeister (coord.), *Medios de comunicación, democracia y poder*, Centro Interdisciplinario de Estadística sobre Desarrollo Latinoamericano, Buenos Aires, 1995, p. 266.

⁵²² Marcinkowski, Frank, *Op. Cit.*, p. 260.

⁵²³ Ver Marcinkowski, Frank, *Op. Cit.*, p. 260.

La incitación a la actividad política cuyos requisitos son un aumento trascendental del interés y de la información política, la toma de conciencia política, una mayor disposición al compromiso político....y, por consiguiente, mayores posibilidades de participación en la conformación comprometida de la sociedad...[ya que] ofrecen potencial para aumentar el nivel de conocimiento político...para acentuar la conciencia frente a determinados problemas y finalmente para aumentar la capacidad crítica.⁵²⁴

Es por ello que los medios de comunicación alternativos y comunitarios aseguran el cumplimiento del derecho universal de informar y ser informado, pues garantizan que se haga cumplir el derecho a la libre expresión⁵²⁵ y de información⁵²⁶ dentro de las prácticas que la ciudadanía desempeña y no sólo se encuentren formalmente establecidas en las legislaciones, pues actualmente “parece que existe un choque entre la libertad de información (postulado) y ser libre para informarse (práctica)...Se restringe y oculta la información mediante el coste del acceso y la no divulgación para preservar la explotación e ignorancia de las masas. Se publica lo que conviene, lo extraño y espectacular (‘infortáculos’)...Se banaliza cierta información para esconder otros conocimientos”⁵²⁷, es decir, se genera una sociedad que desconoce la realidad en la que vive, por lo que es una sociedad desinformada, la cual “no tiene

⁵²⁴ Marcinkowski, Frank, *Op. Cit.*, p. 261.

⁵²⁵ Es el derecho de todo ciudadano a manifestar sus opiniones, creencias, dudas, críticas y veridades sin ser reprimido por ello. Sin embargo, este derecho no es absoluto porque hay límites como el insulto, la difamación y la calumnia...actos que irrespetan la honra ajena...La libertad de la información se suele enmarcar en el ámbito de las interacciones personales. Consiste en exteriorizar pública y voluntariamente una visión personal sobre cualquier asunto. Ver: Rodríguez, Manuel Juan, *Op. Cit.* p.66.

⁵²⁶ Es la ampliación del derecho de libre expresión. Tiene dos vías, el derecho para que el ciudadano acceda a la información, y el derecho a publicarla ya sea masivamente o no. El derecho a la información significa poder acumular, interpretar y difundir mensajes; la “in-formación” posibilita desterrar la ignorancia y formar a la persona. Mediante ese conocimiento adquirido el humano crece emocional e intelectualmente. El derecho a la libertad de información se inscribe en una práctica social: el derecho del individuo a estar informado...no se cumple solamente a través de los medios y las noticias, pues se ejerce también a través de métodos como contacto personal, estudio e investigación entre otros...[se tiene como algunas restricciones] cláusulas de conciencia y secreto profesional...Estas restricciones a la libertad de información toman en cuenta el sentido común, el bien público e individual, el respeto y la prudencia, las Constituciones de los Estados limitan el derecho de la libertad de información cuando ésta atenta contra la seguridad de las naciones, contra el honor, la intimidad y la protección de la infancia y la juventud. Ver Rodríguez, Manuel Juan, *Op. Cit.*, p.67.

⁵²⁷ Rodríguez, Manuel Juan, *Op. Cit.*, p.67.

referencias puntuales para perfilar sus proyectos de cambio y no puede encontrar las convergencias indispensables para avanzar.”⁵²⁸

De manera que el papel de los medios alternativos y comunitarios, resulta primordial al asegurar que se lleven a cabo la libertad de expresión e información como parte del ejercicio de todos los derechos de los ciudadanos en una vida política democrática que se hace posible gracias a la incursión en el espacio radioeléctrico de la sociedad civil organizada, movimientos sociales, entre otros actores sociales además del Estado y el mercado, lo cual ha permitido un cambio cualitativo en contenido de calidad y cuantitativo en la forma de producir y difundir la voz de los grupos sociales sin voz.

Es por ello que la actividad de estos medios en la mayor parte del mundo es la lucha en defensa del derecho humano a expresarse, fundamental para el cambio y la obtención de cualquiera de los demás derechos, de allí que su rol a nivel mundial, principalmente en regiones como Latinoamérica, es primordial.

Sin embargo, aún queda un largo camino que recorrer para países que como México se encuentran envueltos en una telaraña que une a los empresarios de los conglomerados mediáticos (que también lo son en otras ramas) y a los gobernantes (en cualquiera de los niveles), lo cual ejemplifica lo que sucede en otros países latinoamericanos y del mundo. No obstante, hay esperanza cuando la fuerza popular se encuentra organizada, con la tecnología de su lado y el objetivo de acabar con el silencio, tal como lo ejemplifica la radio comunitaria.

Las radios comunitarias representan la necesidad y capacidad de los pueblos de ejercer el derecho a su libre expresión, contribuye al desarrollo comunitario y colabora con sus participantes y radioescuchas en la construcción de soluciones y alternativas a los problemas que se viven en la localidad...se discute abiertamente sobre los problemas que vive el país, el mundo, y dialoga entre las comunidades.⁵²⁹

⁵²⁸ Núñez, Jiménez, Arturo, “Medios de comunicación para la democracia”, en Granados, Otto, *Medios Públicos y Democracia*, Dirección de Radio, Televisión y Cine en México, México, 1992, p.27.

⁵²⁹ Radiozapote, Radios Libres: TODOS SOMOS CAMERO LA RADIO ES NUESTRA VOZ, 3 de junio del 2009, <<http://radiozapote.flujos.org/taxonomy7term/2>>, [consultado el 12 de septiembre del 2009].

La radio comunitaria también expresa la participación social mediante la autogestión en el ámbito de la comunicación, el cual es sólo uno de entre muchos caminos respecto a la construcción de alternativas y beneficios sociales. Es precisamente en este nivel micro en el que este tipo de medios, principalmente los comunitarios, encuentran su mayor impacto social, tal como lo expresan las radios comunitarias indígenas, las cuales aprovechan la tecnología en la comunicación para preservar su cultura, ya que conciben su función como “una forma de recuperar la identidad comunitaria en un mundo globalizado, los medios sirviendo a la preservación cultural, la misma tecnología...con un contenido distinto, estructuración de lazos, no desvinculación, en la intersección con fenómenos sociales...un espacio de participación, socialización y fortalecimiento de nuestra lengua y cultura, generando diferentes formas de organización ante las problemáticas de nuestros pueblos”,⁵³⁰ pues éstas son clave en la preservación de sus comunidades, rescatan el factor lingüístico y educativo, algunas de ellas tratan de darle un mayor alcance a sus acciones, tal como lo demuestra la propuesta de crear la Red Regional de Comunicación en el Territorio Mixe.

Así ambos procesos sociales, la conservación de la identidad y la lucha por un mundo más justo e igualitario, pueden llevarse de la mano avanzando paralelamente y generando por medio del conocimiento de otras culturas el respeto a la diversidad étnica y cultural, el cual nos permita actuar no como una aldea global sino como lo más parecido a una comunidad.

Los medios comunitarios indígenas conforman una parte fundamental en el abanico de grupos y luchas sociales representados en estos medios, los cuales debido a su contexto de creación y posibilidad de cobertura, se encuentran expresados en la radio, en la que se hallan medios que representan a algún movimiento o lucha social, o

⁵³⁰ Mexico.inymedia.org, Encuentro de comunicadores indígenas, “medios, pueblos y Territorio”, 11 de agosto del 2009, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=89907&titular=encuentro-de-comunicadores-indigenas:-medios-pueblos-y-territorio>>, [Consultado el 18 de agosto del 2009].

que apoyan a alguno, o bien que se conforman como parte de la iniciativa de organización de las propias comunidades.

Entre estos ejemplos se encuentran las radios alternativas en México que surgen de movimientos y luchas sociales, como en el caso del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), el cual ha sido uno de los principales movimientos y uno de los pioneros en este país que han expresado la lucha social en el espacio mediático, así como también lo ha hecho el Frente Zapatista de Liberación Nacional (FZLN)⁵³¹, ambos representan una muestra de una nueva forma de organizarse, de interactuar y de generar transformaciones sociales desde los movimientos sociales. Estas características se expresan en el contenido de los medios relacionados con el movimiento en tanto pueden consultarse los textos del subcomandante Marcos, revisar las nuevas formas de lucha social, como en su sección guerra silenciosa, ahondar en la problemática social del estado de Chiapas, al igual que a nivel nacional e internacional, además de brindar un espacio para la participación mediante la publicación de ensayos y la creación de foros.

Existen otros espacios en los media libres, principalmente radios, que poseen su versión digital, los cuales también apoyan al movimiento zapatista como *Radio Digna* de Baja California, *Radio Amanecer*, *Radio Votan Zapata* de Chiapas, *Radio Zapatista*, entre otras, éstas se basan regularmente en los 13 puntos de la Primera Declaración de la Selva Lacandona, relacionados con la libertad, educación, vivienda digna, paz, justicia y el trabajo.

La programación de tales medios no sólo enfatiza la cuestión política, el apoyo a los procesos de comunicación indígena y el seguimiento de las luchas sociales

⁵³¹ Fernández, María Cecilia, Organización civil y pacífica, independiente y democrática, que lucha por la libertad y la justicia en México y que no aspira a tener cargos de elección popular o puestos gubernamentales. El FZLN elabora su Programa de Lucha con base en los 13 puntos contenidos en la Primera Declaración de la Selva Lacandona. Nace a iniciativa del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), como un intento de construir una organización política de nuevo tipo, es decir, que actúe políticamente pero sin luchar por el poder. Ver, Marí Victor Sáez, *Op. Cit.*

inspiradas por los zapatistas, sino también trata de acercarse al gusto del público mediante su programación, como en el caso de *Radio Votan Zapata*, en la cual se transmite música muy variada desde tradicional hasta rock. Esta radio lleva al aire un tiempo similar al EZLN, pues comienza en 1995.⁵³² En Chiapas ha habido una tradición de radios alternativas que han apoyado a otras emisoras y así han dado la posibilidad de la formación de otras.

Entre las emisoras que también surgen de movimientos o luchas social se encuentra *Radio CCC*, que difunde la voz de los campesinos, o *Radio Tierra y Libertad* en Monterrey, la cual fue cancelada por el actual gobierno federal mexicano, en ella la comunidad participaba directamente en la elaboración del contenido de la programación de ésta, en la que además de comprender la difusión de noticias locales, nacionales e internacionales, se ofrecía un espacio de debate en el que participaban miembros de la comunidad.

Además de ello también consideraba la diferenciación de intereses en su público, por lo que se orientaba a los diferentes sectores de la población, de manera que dentro de su programación se encontraba la difusión de música variada relacionada con la diversidad de gustos del público, así como también la programación se dividía de acuerdo a los intereses de éste, como se nota en las secciones dedicadas a los trabajadores, con el programa Mundo obrero que proporcionaba asesoría legal, programas sobre la problemática y perspectiva de género, acompañadas a su vez de asesoría legal; en cuanto al sector infantil y juvenil, éstos participaban directamente hablando de temas que les interesaban además de escoger la música que difundía la radio.

⁵³² Radiozapote, Radios libres: Radio Votan zapata: Transmite en vivo en el 89.1 FM chiapaneco, 20 de mayo del 2009, <<http://radiozapote.flujos.org>>, [Consultado el 22 d septiembre del 2009].

En el caso de algunas radios alternativas, que surgen de coyunturas políticas, se encuentra el caso de *Radio FPDT Atenco* o *Radio Ke Huelga*, esta última originada de la huelga de estudiantes de 1999 en la Universidad Nacional Autónoma de México, (UNAM), la cual si bien se conformó desde ese entonces como una forma de difundir lo que realmente acontecía en aquel contexto, sigue transmitiendo en la actualidad desde la ciudad de México y lo hace las 24 horas aunque éstas no son continuas, pues depende de la calendarización de los programas, los cuales ofrecen una programación muy variada.⁵³³

Otros ejemplos datan desde los inicios de los media alternativos en la década de los setenta, como *Radio Teocelo* de Xalapa, Veracruz, la cual tiene como objetivo el ser un espacio de configuración de redes sociales entre los actores de la comunidad desde donde trasmite, es decir, entre asociaciones civiles, instituciones públicas y la ciudadanía. Su programación es variada en cuanto a la temática y en cuanto a sectores del público se refiere, pues dedica la transmisión de noticias locales, programas de género, jóvenes, niños, deportes, salud, medio ambiente, además de poseer un espacio de debates políticos y entrevistas.⁵³⁴

En otros casos la iniciativa de creación de una radio de contenido distinto a las comerciales corre por parte de la sociedad civil, la cual conforma radios comunitarias o alternativas con el objetivo de generar la participación directa de los ciudadanos en la creación de contenidos, como lo refleja la programación de la radio poblana *La Rabiosa*, la cual además de difundir contenido de análisis social, se encarga de la promoción de la cultura, como puede notarse con la difusión de música de diversos géneros cuyos creadores pertenecen a la entidad.

⁵³³ Radio Ke Huelga, Horarios de transmisión, < <http://www.kehuelga.org/horario/>>, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].

⁵³⁴ Radio Teocelo, Historia de Radio Teocelo, < <http://www.radioteocelo.org/index.html> >, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].

La expresión cultural en este medio también se puede notar en la difusión de la cultura urbana, como lo muestra el que esté conformada una sección de la programación por un colectivo de arte urbano, Colectivo Urbano de Arte y Cultura, al igual que también se abre un espacio para difundir la voz de los trabajadores de calle siendo innovadora la temática de la sección así como su ejecución, pues el conductor tiene experiencia en el tema al haber sido niño de la calle, como parte de la expresión de la cultura urbana y de creación de un foro en donde todos participen, como lo refleja la participación directa de niños, pues un grupo de ellos se encarga de la producción y ejecución de un programa que ellos mismos crean desde los diálogos hasta la música.⁵³⁵

En cuanto a la conformación de pensamiento reflexivo y crítico en lo referente a la realidad cotidiana, esta radio cuenta con una sección en la que se cuentan situaciones de la vida real, también se da cabida a la situación internacional de la resistencia de movimientos y organizaciones altermundistas, además de contar con secciones en las cuales se realiza investigación y documentales sobre empresas transnacionales y políticas públicas enfatizando su impacto social y ecológico, al igual que en otras secciones se ofrece acervo histórico de México de forma crítica, enfatizando en la generación de las luchas sociales que han influido en las actuales, de igual manera se brinda un espacio para la reflexión teórica, ya que dicha radio mediante su espacio en Internet transmite seminarios teóricos del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma de Puebla.⁵³⁶

Entre estas expresiones de participación de la sociedad organizada se encuentra también *Radio Bemba*, radio de Sonora que empezó a transmitir en la Universidad de esa entidad, la cual conforma un espacio que sirve de foro a diversas organizaciones de

⁵³⁵ Fuentes, Díaz, Antonio, Eutsi, “La Rabiosa”, una radio para escuchar en México, *Rabias y Radios*, 21 de agosto del 2007, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=55103&titular=rabias-y-radios->>, [Consultado el 17 de noviembre del 2007].

⁵³⁶ *Ibíd.*

la sociedad civil, donde además se tratan temas relacionados con los derechos humanos, derechos de la mujer, medio ambiente, lucha social, entre otros, sin dejar a un lado el contenido musical.⁵³⁷

Estas radios junto con *Radio asalto*, *Las Chikitas*, *Pa qué gobierne la raza*, *AlfaOmega*, *Retratos*, entre otras, con todo y sus peculiaridades, tienen el objetivo de concientizar a la población dando a conocer lo que realmente sucede a nivel local, nacional e internacional, elaborando su programación considerando las particularidades de su público expresado en secciones temáticas hasta la selección musical y compartiendo la construcción de las alternativas comunicacionales desde la autonomía y la autogestión.⁵³⁸

Una de las ventajas de estos medios, principalmente en el interior del país, es que no existe demasiada saturación del espectro radioeléctrico por parte de los medios comerciales en FM, en comparación con la capital, lo cual, aunado con los adelantos tecnológicos en los medios digitales, facilita la difusión de su mensaje y la interacción entre emisores y receptores.

Sobre este último aspecto el ciberespacio cobra una importancia fundamental para la actividad de los medios alternativos, ya que las temáticas abordadas tienen una cobertura mundial, tal como lo hace *Aporrea.org*, agencia de noticias venezolana que nace en la coyuntura política del golpe mediático del 2002 como una forma de hacer frente a los medios comerciales golpistas al ser el sitio web de la Asamblea Popular Revolucionaria durante la coyuntura, aunque después de ésta el medio continuó con sus actividades comprometidas con la sociedad.

⁵³⁷ Dorado, Auz Isabel, Radio memba...la radio de los si voz, 28 de septiembre del 2009, <<http://www.termometroenlinea.com/blogs1.php?artid=15835&relacion=termometroenlinea&columna=EN%20POCAS%20PALABRAS&cids=199>>, [Consultado el 1 de noviembre del 2009].

⁵³⁸ Alcalde, Justiniani Arturo, Radio comunitaria Tierra y Libertad, 19 de agosto del 2009, <<http://www.libertad-expresion.org.mx/noticias/radio-comunitaria-tierra-y-libertad/>>, [Consultada el 22 de septiembre del 2009].

Aporrea se encuentra encargado de la difusión y creación de noticias y opiniones sobre temas sociales, políticos y culturales, cuyo objetivo es generar conciencia social. Además de ello representa la forma de apoyo que existe entre medios alternativos, como lo revela su red de difusión al establecerse ésta con la actividad de otros medios ya sean escritos (periódicos populares, prensa regional o folletos) electrónicos (radios alternativas y comunitarias) o digitales (páginas web y listas de correo). Otra expresión de esta colaboración se encuentra representada al ser este medio “miembro de la Asociación Nacional de Medios Comunitarios Libres y Alternativos (ANMCLA)... [cumple] el papel de difusor y distribuidor –vía Internet- de productos de y para emisoras comunitarias (micros y audios de y para la radio), así como de materiales que son reproducidos por medios impresos populares.”⁵³⁹

Entre los medios que también están comprometidos con la defensa de la revolución bolivariana y que han aprovechado los avances tecnológicos para obtener una mayor cobertura son las páginas de Venezuela con material audiovisual, el cual se refiere a la revolución bolivariana; *Debate socialista*, *Globo terror*, *Radio Atake*, *Antiescuálidos*, *Radio Defensa Venezuela*, *La célula Digital*, *Ojopelao*, *La Hojilla Digital*, *El socialista digital*, *La Patria Grande*, *Tribuna Popular*, *Por la Unidad del Pueblo*, entre otras.

Algunos además de apoyar los avances de la revolución bolivariana también la observan de forma crítica como la página de *Venezuela Cantaclaro*, mientras que otros se dedican al apoyo de los procesos revolucionarios regionales y mundiales tal como *Ventana Bolivariana*, además de dar análisis político nacional e internacional como en el caso de *Barómetro Internacional*; en tanto que en la difusión de conocimiento se encuentra algunos como *Cátedra Ideológica Bolivariana*, así como de temas históricos

⁵³⁹ Aporrea, *Sobre Aporrea.org*, <<http://www.aporrea.org/nosotros.php>>, [Consultado el 22 de septiembre del 2009].

de Venezuela, difundidos de forma distinta a la oficial, como lo hace la página de *Simón Bolívar, El Hombre*.

También se encuentran otros espacios que se encargan de hacer frente al terrorismo mediático internacional como Venezuela en Red, además de sitios web en inglés como *Cowboy in Caracas* y *American for Chávez*, encargados de promover la revolución bolivariana en los países de habla inglesa.

Otros medios alternativos en este país sudamericano se encuentran ligados a movimientos sociales como *Movimiento 13 de abril*, originado por el golpe de estado mediático; aunque también se tienen medios que representan a sectores de la población como los estudiantes a través de la página de la *Red de Estudiantes por la Unidad de Nuestra América* (Reuna), comprometidos socialmente con el proceso de cambio bolivariano.

De igual forma se encuentran radios comunitarias de otros medios electrónicos, como televisoras, tal es el caso de *Catia TV*, la página de la parroquia del 23 de enero, *El 23.net*, la cual en su versión de radio es *al Son del 23*, la *radio comunitaria de Santa Ana de Coro*, *Coro Radio y TV*, entre otras.⁵⁴⁰

Con ello se da cuenta de la variedad de medios alternativos y comunitarios en Venezuela, algunos de ellos ligados a movimientos sociales, otros más son creaciones comunales al representar algún sector de la población en específico, o bien son alternativas con fines educativos, pero la mayoría de ellos representan la creación de propuestas de apertura de foros de difusión de la revolución bolivariana, aunque sin olvidar la mirada crítica hacia ésta y su defensa frente al cerco mediático.

Por otro lado en los medios de comunicación cubanos encontramos, además de los media orientados a la lucha por la defensa y promoción de la revolución, algunos

⁵⁴⁰ Medios alternativos venezolanos, Medios alternativos bolivarianos, <<http://mediosbolivarianos.infor.ve/mediosalter>>, [Consultado el 28 de agosto del 2009].

que representan a la sociedad civil en cuanto a sus intereses y necesidades, como es el caso de las mujeres, jóvenes y niños, como una forma de que encuentren representación de sus intereses en espacios mediáticos.

Respecto a ello se tiene la revista *Mujeres*, órgano de la Federación de Mujeres Cubanas (FMC), creada en 1961 cuando se nacionaliza la revista *Vanidades*, lo cual cambió su contenido, ya que éste se encuentra conformado por un periodismo comprometido socialmente y con la revolución, por lo que se propuso “contribuir a difundir y socializar las ideas de igualdad de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres...el crecimiento personal social como ciudadanas plenas, debatir las complejidades del proceso de transformación de roles, estereotipos y juicios de valor signado por la cultura tradicional.”⁵⁴¹ El contenido de dicha revista, además de enfatizar la cuestión de género, aborda temáticas generales sin perder la centralidad del papel de la mujer en ellos como principal actor social.

En lo concerniente a la juventud, se encuentra la revista *Somos Jóvenes*, en la cual se abordan temas variados correspondientes a este sector de la población cubana, como música, sexualidad, moda, deportes, etc., esta revista, al igual que la anterior, se encuentra tanto impresa como electrónicamente.⁵⁴²

En el caso de los niños se tiene la revista electrónica *Zunzún*, la cual desde 1980 difunde contenido infantil además de pertenecer a una editorial de libros infantiles, como una forma de cubrir la ausencia de este sector en los medios, siendo su principal objetivo la enseñanza.⁵⁴³

⁵⁴¹ Revista *Mujeres*, *¿Quiénes somos?*, <<http://www.mujeres.cubaweb.cu/revista.asp>>, [Consultado el 3 de septiembre del 2009].

⁵⁴² *Somos jóvenes*, *¿Quiénes somos?*, <<http://www.somosjovenes.cu/index/semana/quienesom.htm>>, [Consultado el 3 de septiembre del 2009].

⁵⁴³ *Zunzun*, *¿Quiénes somos?*, <<http://www.zunzun.cu/new/quienes-somos.htm>>, [Consultado el 3 de septiembre del 2009].

Existen también espacios en la red que son el resultado de la organización de la sociedad civil para la creación de foros en los que tenga lugar la participación ciudadana, tal como lo es *CubaNet*, fundada en 1994, la cual es una organización civil cuya función es la de “proveer a periodistas y otros grupos independientes de Cuba de un vehículo para que sus voces se puedan escuchar, teniendo en cuenta que ellos no tienen las posibilidades de publicar sus trabajos...publicamos toda gama de opiniones...[recibidas] por e-mail o fax de más de 35 periodistas independientes que muestran la versión no gubernamental de los acontecimientos y la vida en Cuba. Estos artículos e informaciones se publican en esta página electrónica... Asimismo, algunos de ellos son traducidos al inglés... [además se utiliza] un servicio gratuito de correo electrónico (e-mail) para distribuir [su publicación diaria] Boletín Diario, con las noticias del día.”⁵⁴⁴

Otros espacios independientes en Cuba, los cuales están ligados a los valores de la revolución, son *Che 8*, *ALCA Abajo*, un sitio dedicado a la lucha contra el comercio neoliberal, *Adelante*, un periódico camagüeyano en línea, entre otros. Aunque también se cuenta con participación de los blogs independientes, algunos progubernamentales, otros corresponden a la oposición política, la cual va cobrando fuerza en este tipo de espacio, aunque su actividad dista de un compromiso social verdadero pues ésta se basa en el descrédito y la falta de perspectiva crítica en cuanto a su visión sobre el gobierno cubano.

De manera que si bien en Cuba hay medios independientes ligados a la representación de sectores sociales que simpatizan con el gobierno o que son un espacio de difusión de trabajos académicos, también se encuentran entre ellos representada la

⁵⁴⁴ CubaNet, ¿Quiénes somos?, < <http://www.cubanet.org/somos.html>>, [Consultado el 3 de septiembre del 2009].

oposición política, que si bien no es representativa en la isla tiene un gran apoyo de los medios comerciales internacionales.

Si bien los medios de comunicación alternativos y comunitarios han aprovechado los avances tecnológicos para dar a conocer su contenido social, existen también limitaciones relacionadas a la cobertura de la radio alternativa y comunitaria, y de Internet, debido a obstáculos geográficos, sociales, culturales y legales, así como la dificultad de acceso a los medios electrónicos y digitales del grueso de la población, al influir en ello la desigualdad social y económica expresada en la cobertura de servicios, como la electricidad y las líneas telefónicas, todo ello aunado a la falta de políticas que garanticen el acceso universal de los servicios básicos y de legislaciones que garanticen la democratización del espacio radioeléctrico.

Como consecuencia de ello, la comunicación alternativa se inclina por los medios escritos, los cuales si bien son una respuesta a las dificultades de los demás medios alternativos, no poseen la misma capacidad de cobertura ni penetrabilidad debido a sus características. Todo ello genera que no se aproveche la capacidad audiovisual que las innovaciones en medios facilitan, la creación de un mensaje integrado y coherente.

No obstante estos medios siguen luchando para que su labor sea difundida en aras de impulsar la participación y la lucha social, de allí la importancia de estas organizaciones ciudadanas, pues tienen el objetivo de recuperar uno de los espacios públicos que han sido apropiados por los grandes conglomerados mediáticos, un espacio que si bien ha sido poco planteado en el análisis y debate social, es sin duda un punto fundamental para los cambios sociales necesarios para una vida democrática, pues la palabra tiene un enorme poder, bien empleada puede generar los cambios sociales deseados por el grueso de la población mundial, debido a su poder de concientizar, de

abrir el debate de temas de interés común y con ello de legitimar la lucha y resistencia de los movimientos sociales varios, de facilitar el conocimiento de la realidad a fondo, que se logre el interés y el compromiso social, es decir, la posibilidad de recuperar la intercomunicación dentro de nuestras comunidades, pues como menciona un miembro de una radio comunitaria “los medios de comunicación cumplen un papel fundamental para la articulación en la colectividad, porque son la herramienta de integración del soberano.”⁵⁴⁵

Sin embargo este objetivo de la mayoría de estos medios necesita del respaldo legal como sustento de las necesidades comunes del pueblo, en el cual se hagan respetar los derechos a los espacios públicos, dentro de ellos el radioeléctrico pues éste obedece a la necesidad imperiosa de la humanidad de hablar sobre lo que piensa, lo que hace, siente, desea y propone, hacia donde quiere ir, es por ello de gran importancia el apoyo gubernamental que hoy en día varios gobiernos latinoamericanos han otorgado a los medios alternativos y comunitarios, mediante una regulación en el ámbito de la comunicación adecuada al contexto actual, de esta forma Latinoamérica está haciendo su historia y le muestra al mundo la posibilidad de cambio.

b) La participación ciudadana, aspecto fundamental de los medios alternativos

La participación en los medios de comunicación si bien es una característica fundamental en los medios alternativos (al ser éstos un producto social), también se encuentra presente en los medios de comunicación privado comerciales, desde la prensa escrita hasta los medios digitales, aunque sus características e implicaciones no tienen el mismo alcance, pues se trata básicamente de un tipo de participación que no trasciende

⁵⁴⁵ Prensa MinCI, La democratización del espectro radioeléctrico amplía los espacios de participación para el pueblo, 18 de septiembre del 2009, <http://mici.gob.ve/entrevistas/3192101/la_democratizacion_del.html>, [Consultado el 22 de septiembre del 2009].

porque no es el propósito de esta modalidad de medios el generar una crítica profunda y propuestas por parte de los receptores, ya que su finalidad es vender, por lo que brindan solamente un supuesto ambiente de participación, tal como se puede notar en “las emisoras privadas [las cuales] introdujeron la conversación directa con los espectadores. Se hacía [en ellas] considerablemente más referencia a situaciones a nivel de acción de los espectadores, y por su moderación orientada a lo conversacional...[por lo que] la formatización de temas políticos...en general parecía más veloz, (no más actual), más colorida (no más variada) y más agresiva (no más crítica).”⁵⁴⁶

Es por ésta razón que los espacios abiertos a la participación o seudoparticipación en la televisión y radio privado comercial no conforma una alternativa para la creación de una cultura política democrática, como puede notarse en el caso de México. Tal situación nos señala un déficit de la participación ciudadana en los medios de comunicación privado comerciales, además de la poca apertura del espacio radioeléctrico a medios alternativos, foros indispensables para el ejercicio de la participación ciudadana, la cual se evidencia tanto en su conformación como en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión e información que desempeñan tales medios, como también lo es respecto al impacto que pretenden en el público.

Para enfrentar un discurso mentiroso, manipulador o insidioso, para generar los mecanismos que sirvan para combatir este terrorismo mediático que hoy denunciamos, valen todos los medios a nuestro alcance: desde expresar nuestras opiniones en las blancas paredes o muros...hasta ir construyendo – como lo hacemos a diario y desde siempre- nuestros propios medios de comunicación oral, escrita o, en el mejor de los casos televisada.⁵⁴⁷

Es esto mismo lo que origina que los medios alternativos estén estrechamente vinculados con la práctica de la democracia de manera constante, lo cual lo hacen mediante su organización, tipo de temáticas abordadas y en la búsqueda de la conformación del pensamiento crítico que genere el debate político y las propuestas por

⁵⁴⁶ Marcinkowski, Frank, *Op. Cit.*, p. 271.

⁵⁴⁷ Aznárez, Carlos, *Op. Cit.*, p.32.

parte de los ciudadanos en el ejercicio de la política, al observar esta actividad no como ajena a nuestra vida cotidiana sino inherente a ella, pues despierta la capacidad de incidencia de la sociedad en los asuntos políticos y sociales.

Mientras exista la necesidad de contestar y debatir, mientras surja la posibilidad de informar y analizar, ante la doctrina del “silencio de los corderos”, seguiremos oponiendo el mensaje de la prensa popular, alternativa y contra-información, por estas tres razones necesariamente revolucionarias.⁵⁴⁸

Es por ello que los medios de comunicación alternativos a diferencia de los medios de corte privado comercial se encuentran vinculados de una manera inseparable a la participación ciudadana, ya sea porque ellos se orientan hacia la acción del público mediante la politización de éste, debido a su contenido de crítica y análisis del contexto local, nacional e internacional actual, o bien al ser una expresión de una forma de la lucha social que tiene lugar en los diferentes rincones del mundo y de la región latinoamericana, como lo son los movimientos sociales, lo cual los hace estar en constante labor de compromiso con la transformación social.

Tal situación se refleja por tanto a nivel mundial, regional, nacional y localmente, según el alcance de cobertura de estos medios, teniendo como finalidad la legitimidad y la acción dentro de su organización así como fuera de ella, abriendo un espacio de crítica, debate y propuesta al resto de la sociedad, denunciando las condiciones sociales que originaron su conformación y apoyando otro tipo de demandas sociales como parte de su labor de compromiso social.

Allí está el ejemplo de nuestros hermanos de Brasil, los compañeros del Movimiento de los Sin Tierra, que no sólo están construyendo poder popular con cada una de sus ocupaciones y luchas por la reforma agraria, sino que además están llevando a cabo una vastísima experiencia de desarrollo cultural. Pero también el MTS tiene sus propios medios de prensa: como el diario *Sem Terra* o la revista del mismo nombre, amén de radios locales que transmiten la voz y quehacer de este gigantesco movimiento que aglutina a millones de hombres, mujeres y niños.⁵⁴⁹

⁵⁴⁸ *Ibíd.*, p.44.

⁵⁴⁹ *Ibíd.*, pp.32, 41.

Respecto a los casos analizados, en México se expresa también la importancia de los medios de comunicación alternativos para los movimientos sociales, organizaciones sociales o bien que se originaran en una determinada coyuntura social y política.

En cuanto a los movimientos sociales, los medios alternativos puede ser que se desprendan de su lucha o bien que fueran pieza clave en el momento de su conformación, como se evidencia en el caso de la Asociación Civil Tierra y Libertad⁵⁵⁰, cuya emisora es *Tierra y Libertad*, la cual mantiene los objetivos sociales expresados en la lucha por la vivienda, los servicios, la tierra, la educación gratuita y de calidad, el derecho a la salud con calidad y sin costo, y la lucha por sindicatos democráticos, con lo que revela su compromiso y orientación social.

Otro caso referente a este aspecto se encuentra en la importancia del papel de la radio para la conformación de la Asamblea Popular de los Pueblos de Oaxaca (APPO), en el 2006, cuando surge como parte de la insurgencia ciudadana en contra de la mala administración del régimen estatal y federal.

En este aspecto los medios de comunicación alternativos, principalmente la radio, pudieron conformarse como un actor más dentro de esta organización social, tal como lo constata la Radio de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO), conocida posteriormente como la Radio de la APPO, la cual “jugó un rol fundamental...no sólo supo informar sobre lo que sucedía realmente en la calle, sino que actuó como factor organizador de la protesta popular...fue durante todo este tiempo que duró el conflicto, la propagadora de las denuncias contra la represión, el sitio donde se concentraron miles de comunicados de adhesión a la lucha callejera o el lugar donde

⁵⁵⁰ Organización democrática de trabajadores y sus familias en Monterrey, cuyo lema es Por la Igualdad Social, esta organización tiene su origen en 1973 con el movimiento de toma de tierras.

los núcleos de autodefensa populares montaron guardia para resguardar los equipos de transmisión.”⁵⁵¹

Esta situación también puede notarse respecto otros medios de comunicación alternativos como sucedió con Catia Tv en Venezuela, ésta se conformó, al igual que el caso anterior, como parte de la participación ciudadana en la coyuntura política que tuvo lugar en el Caracazo en 1989, el cual también forma parte de los ejemplos de recuperación del espacio público, radioeléctrico en este caso, por parte de la sociedad organizada.

Un grupo de vecinos y vecinas dio sus primeros pasos con la creación de la Casa de la Cultura Simón Rodríguez. Siguiendo la experiencia del movimiento “cineclubista” de fines de los 70 comenzaron a proyectar películas de 16 mm. al aire libre, así nace el Cine Club Manicomio. Más tarde consiguen una cámara y comienzan a registrar la vida cotidiana y la memoria colectiva de los fundadores de esos barrios, de las poblaciones desplazadas del campo a la ciudad, por lo que la producción audiovisual pasa a convertirse en herramienta de participación y organización.⁵⁵²

Ante tal labor, para estos medios se hace indispensable la innovación tecnológica y el poder de cobertura, de ahí que cobren relevancia de manera especial los medios alternativos electrónicos y digitales, se convierten en los voceros principales de las luchas sociales y de la conformación de organización social, de crítica y debate de sucesos internacionales, nacionales o locales, pues hacen posible la difusión de la injusticia social además de brindar la posibilidad de organización a nivel internacional.

Esto puede apreciarse en la experiencia de la Radio de la APPO o Radio Universidad, cuando fue reprimida por la policía federal preventiva en México, pues la incorporación tecnológica en este medio originó que la cobertura mediática de la lucha social tuviera un alcance internacional de los sucesos que acontecieron en Oaxaca.

⁵⁵¹ *Ibíd.*, pp.39-40.

⁵⁵² Fernández, María Cecilia, Revista Pueblos, *Televisiones comunitarias. La experiencia de Catia TV*, 8 de abril del 2007, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=49374&titular=la-experiencia-de-catia-tv>> [consultado el 25 de mayo del 2007].

La batalla de la Universidad fue transmitida por Radio Universidad y escuchada atentamente no sólo en la ciudad y el estado mismos así como en los estados vecinos sino más allá de las fronteras nacionales en Estados Unidos y al otro lado del Atlántico. Decenas, posiblemente cientos de miles de radioescuchas en todo el mundo siguieron con atención y en vivo los sucesos.⁵⁵³

De manera que los medios en la actualidad se hacen imprescindibles, como puede notarse en las coyunturas políticas, las cuales reflejan la importancia del papel de los medios en las nuevas luchas nacionales e internacionales, ya que éstas representan el espacio indispensable para el ejercicio del poder y dominación de la oligarquía empresarial mundial, a la vez que son el espacio necesario para la participación y organización del pueblo.

Algo que ha evidenciado la ingobernabilidad es la pérdida que ha tenido el gobierno del control de los medios locales. Desde hace un año el magisterio (organización de la APPO) ha venido construyendo la estación Radio Plantón en la cual se denunciaban los desaciertos de URO (Ulises Ruiz Ortiz), por ello el primer objetivo de la represión del 14 de junio [del 2006] fue la destrucción de dicha estación. “Ese mismo día, Radio Universidad de Oaxaca fue tomada por estudiantes simpatizantes del magisterio. A partir de ese día esta estación, que hasta entonces era la menos oída por los oaxaqueños, se convirtió en la voz de los sin voz. Niños, jóvenes, maestros, obreros, pequeños empresarios, señoras, ancianas...multitudes, de oaxaqueños llamaban se presentaban, tomaban el micrófonos, se quejaban, oraban, insultaban, cantaban, recitaban, sugerían, bendecían, maldecían...En un mundo donde en el que nadie escucha a la gente, ni el gobierno, ni los medios. Radio Universidad se convirtió en el lugar de desahogo y denuncia en contra del régimen de URO y por supuesto la estación más oída.” Desde entonces los oaxaqueños nos hemos acostumbrado a tener medios a nuestro servicio y si son más de uno mejor...Hoy en día [en el 2006] la APPO controla cuatro estaciones [Radio Universidad Radio Plantón, Radio cacerola y una estación de televisión] y éstas se han convertido en importantes organizadoras de la rebelión...el lema que engloba esta crónica es “De cómo los medios pueden servir para reprimir, pero también para organizar”.⁵⁵⁴

Este conflicto generado por la importancia del espacio comunicativo para la legitimación y control del poder dominante, y a su vez, para la organización del pueblo dominado, se expresa igualmente en represión gubernamental, factor que no se deja de

⁵⁵³ Pardo, Gastón, *Op. Cit.*

⁵⁵⁴ Crónica en Revista UMBRAL (número 39, octubre, de 2006) citado en Pardo, Gastón, *Op. Cit.*

lado en cuanto se considera el compromiso de conformación de la participación ciudadana en los medios alternativos.

El pasado 2 de noviembre [del 2006], durante la ya legendaria batalla de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO), fue Radio Universidad el centro de la misma. Por parte de las fuerzas de la policía federal preventiva (PFP)...buscaban ocupar el campus para, entre los objetivos más importantes de su acción represiva, callar esa “voz de los sin voz”, en la que se convirtió esta emisora y para los defensores de este bastión esencial de la APPO porque la transmisión en vivo y en directo de las jornadas de rebeldía oaxaqueñas es un acervo insustituible para conseguir la victoria...Radio Universidad también fue atacada una vez por un comando y en otra por un infiltrado que vació un ácido en la consola.⁵⁵⁵

Tal parece que los medios de comunicación alternativos son el blanco predilecto de la fuerza armada estatal organizada, tal como se pudo evidenciar en este caso, aunque en él también se dio cuenta que si bien “el gobierno y sus núcleos parapoliciales atacaron la emisora en varias oportunidades...no pudieron doblegar el entusiasmo y compromiso militante de sus periodistas que escribieron, de esa manera, una importante página dentro de lo que denominamos acción directa contrainformativa”⁵⁵⁶, como puede dar cuenta también con el ejemplo de otros medios de alternativos.

El 1º de agosto, (del 2006) mujeres simpatizantes de la APPO marcharon por el centro de la ciudad y a alguien se le ocurrió tomar los medios en poder del Estado... Por primera vez la televisión estatal fue “la televisión de los oaxaqueños” como rezaba su eslogan. Indígenas, amas de casa, organizaciones campesinas, perseguidas por el régimen, aparecieron a cuadro. Además se presentaron programas que trataban sobre la represión en Atenco, la Revolución Cubana, la explotación de los obreros y campesinos en distintas partes del mundo, el asesinato de Digna Ochoa, las Megamarchas oaxaqueñas, el mundo de Foxilandia...Además en FM la estación radial del estado se convirtió en Radio Cacerola, la voz de la mujer oaxaqueña...El día 21 de agosto todas las estaciones comerciales amanecieron tomadas, aunque paulatinamente han sido regresadas a sus propietarios.⁵⁵⁷

Este caso expresa la función social de los medios, es decir, ser un espacio público por y para el pueblo, un foro de participación social en el cual puedan tener difusión la

⁵⁵⁵ *Ibíd.*

⁵⁵⁶ Aznárez, Carlos, *Op. Cit.*, p.40.

⁵⁵⁷ Fernández, María Cecilia, *Op. Cit.*

voz de todos aquellos sectores que carecen de ella en los países latinoamericanos en los que predomina el modelo en comunicación privado comercial, ya que estos casos revelan las demandas sociales del pueblo, su sentir, sus propuestas, su deseo de participación.

La actividad ciudadana, entre otras formas de manifestarse, también se encuentra reflejada en la forma de la organización interna y de trabajo desempeñado por los medios alternativos, la cual implica “un ejercicio de poder donde la producción y gestión de los medios está en manos de las comunidades barriales y organizaciones sociales.”⁵⁵⁸ Esto mismo revela una relación horizontal y descentralizada, como parte de facilitar su compromiso con la politización del público al cual se dirigen, que al final de cuentas son ellos mismos, tal como lo menciona el fundador de Catia Tv respecto al comienzo de la labor de este medio.

Una noche se nos ocurrió proyectar la historia del barrio; la gente comenzó a verse, les gustaba escuchar lo que pensaban. Nosotros decíamos que allí la gente era protagonista de su propia historia...la gente realmente siente que éste es su canal, que éste es un medio del pueblo, hecho por el pueblo y para el pueblo.⁵⁵⁹

Esta situación puede observarse en los diferentes medios alternativos, entre ellos el venezolano Catia Tv, el cual se inserta en un contexto nacional que revela la importancia de los medios de comunicación también a nivel regional.

A través de la herramienta audiovisual y de la autogestión del canal, los vecinos y vecinas participan, se organizan y buscan soluciones a sus problemas locales. Al llegar al barrio caraqueño de Catia, situado al oeste de la ciudad, una se sorprende al ver el letrero sobre una casa...“No vea la televisión, hágala”, es la sede de Catia Tv, la primera televisión autogestionada por vecinos y vecinas...la concreción de la cadena de Catia se hace posible en el marco del proceso de autoorganización comunicacional en comunidades y organizaciones sociales. El proyecto del canal es concebido como un espacio militante y de trabajo, donde por una lado están las personas de la fundación que, al margen del trabajo asalariado, le dedican un tiempo voluntario; y por otro las personas que participan de los ECPAI que, poco a poco, pueden ir integrándose como miembros de la

⁵⁵⁸ *Ibíd.*

⁵⁵⁹ *Ibíd.*

fundación y pueden financiar sus programas vendiendo pautas publicitarias a cooperativas, empresas solidarias y pequeñas y medianas compañías. Actualmente el modo de financiamiento de Catia Tv está compuesto por las publicidades que generan cada ECPAI para sus programas y un acuerdo de pautas comerciales con instituciones del Estado. El objetivo es lograr la autogestión del canal mediante la publicidad ética, con anunciantes que promuevan una economía alternativa y solidaria.⁵⁶⁰

De allí que la participación ciudadana a través de la conformación de organizaciones sociales sea la protagonista de la temática abordada en los medios alternativos y la que los diseñe en general, dando como resultado medios que difunden el carácter de la población que los conforma, por tanto tienen un carácter de clase, pues expresan condiciones sociales e intereses comunes, como puede notarse en el medio anteriormente señalado.

Catia Tv tiene varios objetivos, siendo el principal el fortalecimiento de la organización dentro de las comunidades más pobres de Caracas. De alguna manera, nos definimos como un medio de clase, un medio de la clase pobre (...). La gente no viene a dar su opinión, la gente viene y elabora sus propios contenidos, graba y edita y los transmite (caso de la radio de la ACTyL) ha reforzado su carácter de organización independiente de los partidos electoreros y del gobierno, y su carácter de organización democrática, clasista y solidaria.

Esta organización popular que se tiene en los medios alternativos, como en el caso de Catia Tv, se conforma separando el medio del mensaje: “el mensaje es construido por las comunidades, mientras que el medio es administrado por una fundación; por lo tanto quien produce es la propia comunidad, es decir, el ECPAI.”⁵⁶¹

Este tipo de estructura se expresa de la manera siguiente:

La gestión de la televisión la lleva a cabo la fundación y se dedica a tareas administrativas y de capacitación, en la producción y la programación participan la fundación y los Equipos Comunitarios de Producción Audiovisual Independiente (ECPAI) de los barrios del oeste... Los ECPAI son pequeños grupos de la comunidad que realizan la mayor parte de los contenidos, son el mecanismo para que la comunidad acceda a la participación directa en el canal, priorizando las problemáticas territoriales como la agenda televisiva de Catia Tv... El modelo de participación de los ECPAI se ha constituido en un verdadero ejercicio biopolítico que ha

⁵⁶⁰ *Ibíd.*

⁵⁶¹ *Ibíd.*

generado un proceso de autoorganización y autogestión de la comunidad... (miembro de Catia Tv) son las comunidades quienes producen el mensaje y nosotros, la fundación, damos la asesoría técnica. (acerca de la estructura de participación en equipos señala por parte de los miembros de Catia Tv lo siguiente) la idea es que sean colectivos, no individualidades, y que tengan una necesidad comunitaria de comunicarse, que sean grupos que están trabajando en los barrios con los trabajadores, con los estudiantes, que estén de verdad ligados a un proceso social de transformación y de cambio...La mayoría de los ECPAI son territoriales; la idea es que cada sector tenga un equipo de producción donde la comunidad sepa que existe, que puede participar junto a él y que además de buscar a Catia Tv, pueda buscar al ECPAI e incluso colaborar con él. Así se va fortaleciendo la independencia del ECPAI y de la comunidad porque tienen un centro de comunicaciones en cada barrio.⁵⁶²

Esta experiencia funciona como los consejos comunales que operan en distintos ámbitos en Venezuela, entre ellos en los medios de comunicación, con el objetivo de generar participación en la creación y realización de políticas locales, los cuales se componen de una asamblea de ciudadanos, integrada por los habitantes de la comunidad mayores de 15 años.⁵⁶³

Con ello también se puede dar cuenta de que los medios de comunicación alternativos se conforman como un espacio público en el que el poder de los ciudadanos se pondera de forma distinta al que ejercen en los medios privado comerciales conformando al espacio mediático como un escenario de juego de poderes, al ser “un real espacio del ejercicio del poder, en el cual no sólo está participando sino tomando su decisión de qué es lo que está saliendo por esta señal.”⁵⁶⁴

La participación ciudadana en los medios alternativos también se encuentra plasmada en la conformación de la temática de la programación, que supera a la sección de comentarios que existe en algunos medios privado comerciales, pues es la ciudadanía la que genera la agenda temática de estos medios mediante su participación constante, la

⁵⁶² *Ibidem*.

⁵⁶³ Toussaint, Eric, Las luces y sombras en la Venezuela bolivariana, <<http://aquevedo.wordpress.com/2009/10/12/luces-y-sombras-en-la-venezuela-bolivariana/>>, [Consultado el 13 de octubre].

⁵⁶⁴ Fernández, María Cecilia, *Op. Cit.*

cual revela su interés por los problemas sociales locales, nacionales o internacionales, en una palabra, su compromiso social.

Esta situación tiene como consecuencia que la audiencia crezca en tanto ésta es la protagonista activa de su programación, como puede notarse con Catia Tv, la cual cuenta con una “programación de películas y documentales sociales independientes, además de las producciones de los ECPAI y de una hora en vivo de foro debate donde se discuten temáticas barriales o problemáticas de coyuntura política nacional, latinoamericana y mundial...Los temas son muy variados, desde las problemáticas sobre salud, educación, medioambiente, trabajo y vivienda, hasta las experiencias culturales, étnicas y generacionales de las comunidades afrodescendientes, indígenas y mestizas”⁵⁶⁵, observándose que además de revelar la participación ciudadana el carácter de clase de los medios alternativos también expresa la diversidad cultural y étnica.

Algunos otros medios alternativos, al valorar la organización e iniciativa del público también lo hacen en expresiones como es el sintonizar la frecuencia o entrar en su sitio web, al dejar comentarios en la página o mediante correo electrónico, facebook o twitter, o bien mediante mensajes por celular principalmente cuando se trata de la radio.

Entre las formas de participación mediática se encuentran relacionadas con la creación de espacios de encuentro para la formación de organizaciones sociales, como es el caso de la Radio Tierra y Libertad, mediante la cual se podrían desarrollar actividades, programas y proyectos.⁵⁶⁶

Otros medios como *la Revuelta* en México, buscan conformarse como un espacio para la participación de los presos de conciencia en las cárceles mexicanas, este es un esfuerzo por dar voz a todos aquellos sectores que no tienen acceso a un

⁵⁶⁵ *Ibíd.*

⁵⁶⁶ Alcalde, Justiniani Arturo, *Op. Cit.*

medio para hacerse escuchar, no obstante, entre los obstáculos de este medio se presenta su elaboración y distribución en las instalaciones penitenciarias.

La participación social en los medios de comunicación alternativos y comunitarios también se encuentra expresada en el apoyo que existe entre éstos para informar lo que sucede tanto en la lucha social como en la vida cotidiana, lo cual puede notarse respecto a la coyuntura política del 2006 en Oaxaca.

La única forma de enterarse de los acontecimientos fueron algunos diarios independientes como La Jornada y Noticias, pero de manera fundamental fueron los medios libres, mismos que cuando se destruían los equipos locales de transmisión, presentaban su transmisión aérea o por Internet para emitir la señal desde Oaxaca, estrategia a la que se conoció como espejo.⁵⁶⁷

Con ello se observa una expresión del proceso de conformación de redes de apoyo entre medios alternativos y comunitarios, pues los medios de comunicación alternativos no solo llevan a cabo una labor informativa de manera aislada sino que lo hacen algunas veces de manera conjunta con otros, a fin de que puedan guiarles en el camino de la difusión de su mensaje social o en el caso de servir como puente para difundir los motivos de su lucha. Tal situación puede ser observada en el caso de la experiencia informativa de Radio Tierra y Libertad, la cual impulsó al desarrollo de otros medios alternativos como Ke Huelga.⁵⁶⁸

Este tipo de organización entre medios se vuelve una constante, principalmente en el ciberespacio desde mediados de los noventa, cuando sale a la luz el EZLN, ya que a partir de ese momento se genera “una red global de grupos de apoyo al movimiento zapatista...formado una ‘tela electrónica de lucha’ usando, teléfonos, faxes, y sobre todo, Internet.”⁵⁶⁹

⁵⁶⁷ Fuentes, Díaz, Antonio, Eutsi, *Op. Cit.*

⁵⁶⁸ Radio TYL “la mera mera...”, Historia de una lucha popular y su radio comunitaria, en Monterrey. <<http://radiolameramera.blogspot.com/2009/10/los-mensajes.html>>, [Consultado el 29 octubre del 2009].

⁵⁶⁹ Aznárez, Carlos, *Op. Cit.*, p.160.

De tal forma que la apuesta de estas organizaciones es la conformación de redes comunicacionales para la generación de una estructura mediática alternativa a la de los medios comerciales, es decir, generar mediante su participación la apertura de espacios para la difusión de su mensaje aprovechando las innovaciones tecnológicas.

Se trata de incorporar las redes tecnológicas a los procesos sociales de trabajo en red....Construir herramientas e impulsar dinámicas de trabajo que se adapten a las necesidades y estilos de los movimientos sociales...Articular mecanismos para el procesamiento y aprovechamiento de la información que fluye por la red, de tal modo que se pueda aplicar a las situaciones reales en las que se trabaja.⁵⁷⁰

De tal forma que el objetivo de esta red mediática alternativa es la construcción de un nuevo modelo comunicacional en el que todos los actores sociales tengan un lugar y así sea una construcción base para la democratización mediática.

Son estas redes sociales en las cuales se conforma una organización horizontal entre movimientos y luchas sociales, organizaciones civiles y medios, las que pueden funcionar como una forma de superar las limitaciones que los medios alternativos y comunitarios actualmente tienen.

La necesidad de una organización en tales redes se expresó en el I Encuentro Latinoamericano de Contrainformación y Comunicación Popular, y el foro Medios Alternativos y Comunitarios, en específico en el territorio venezolano, algunas medidas que se tomaron para ello fueron la creación de agendas comunales y la invitación a unirse en los consejos populares de comunicación, a través de los cuales se conforma la organización mediática alternativa en Venezuela, ya que éstas organizaciones “tienen el objetivo de formar a los dirigentes sociales y campesinos...[para] innovar y crear radios que se adapten a sus necesidades como movimientos de lucha.”⁵⁷¹

⁵⁷⁰ Marí, Víctor Sáez, *Op. Cit.*, p.16.

⁵⁷¹ Prensa MinCI, [El pueblo debe tomar la comunicación con sus propias manos](http://www.minci.gon.ve/noticias-nacionales/1/192153/el_pueblo_debe.html), 21 de septiembre del 2009, [Consultado el 22 de septiembre del 2009].

De manera que si se consideraran algunas de estas recomendaciones y se aplicaran según la especificidad del contexto nacional y regional se mejoraría la organización de los medios comunitarios y alternativos, y si a esto se añade la actividad en red, podría llevarse a cabo la conformación de una red mediática alternativa latinoamericana, al igual que se garantizaría la participación debido a la vinculación de éstos a las necesidades de sus territorios específicos al trazarse una agenda pública.

De allí la importancia de rescatar a los movimientos sociales, quienes no son pasivos en la recepción de las formas simbólicas provenientes de los medios, sino más bien son críticos y propositivos para abrir nuevos horizontes sociales, lo son en tanto existen y en cuanto plantean en materia comunicacional, como parte de su labor, el cambio social mediante la creación de un modelo de comunicación alternativo, pues “los movimientos sociales no sólo producen comunicación...los movimientos sociales son comunicación”⁵⁷², ésta se constituye como una acción de cambio que busca necesariamente un impacto social, es decir, una transformación, con ello se da cuenta de que “el ejercicio de la ciudadanía se va desplazando de la política institucional a diversas instancias y núcleos de organizaciones sociales locales y comunitarias con intereses muy diversificados”⁵⁷³ llevando consigo a la toma de conciencia y a la participación social, es decir, a la práctica de la democracia.

c) Contexto y perspectivas de los medios de comunicación alternativos y comunitarios en la conformación mediática en México, Venezuela y Cuba

El contexto latinoamericano respecto a medios de comunicación alternativos expresa lo que sucede en el mundo, es decir, la limitación del marco legislativo en materia de comunicación, principalmente respecto a la regulación de los medios

⁵⁷² Aznárez, Carlos, *Op. Cit* p.30.

⁵⁷³ Winocur, Rosalía, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, Gedisa, Barcelona, 2002, p.94.

independientes y comunitarios, lo que se traduce en una falta de espacios, generando su criminalización, desmantelamiento y la encarcelación de sus participantes directos.

Tal situación se encuentra reflejada en la excesiva concentración mediática en manos de las empresas de este ámbito, pues tan sólo en la década de los noventa en Latinoamérica y el Caribe “el 85% de las emisoras de radio, el 67% de los canales de televisión y el 92% de los medios escritos pertenecían a la empresa privada con fines comerciales. Las radios culturales y educativas apenas llegaban al 7% y las televisoras instaladas con estos fines cubrían el 10% del total de canales de la región.”⁵⁷⁴

Este panorama si bien no es general en todos los países latinoamericanos si lo es en buena parte de ellos, como en México, país realmente atrasado en materia legal en el ámbito mediático independiente y comunitario, el cual refleja la alianza existente entre gobernantes y dueños de los oligopolios de medios, situación que suele presentarse en la mayoría de los países con modelos de comunicación privado comercial, lo cual conforma un gran obstáculo para los medios alternativos y comunitarios, ya que “la falta de reconocimiento de la importancia social de la radio comunitaria en las leyes...limita los recursos financieros y tecnológicos necesarios para sostenerla [entre otros tales como] la represión de periodistas, [además de que es traducible en la falta de] capacitación y conocimiento de desarrollo de contenido debido a la alta rotación de voluntarios y periodistas, y la transición de la banda FM a radio digital.”⁵⁷⁵

Es por ello que la exclusión social de los medios de comunicación, tanto para acceder como para participar en ellos, conforma una brecha que expresa las desigualdades sociales del sistema capitalista, como sucede en México país que “ha desarrollado sofisticados sistemas de comunicación, y en el que paradójicamente

⁵⁷⁴ López, Vigil José Ignacio, *Op. Cit.*

⁵⁷⁵ AMARC América Latina y el Caribe, Se necesitan leyes más fuertes para sostener la radio comunitaria, dice AMARC, 10 de septiembre del 2009, <<http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/1063>>, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].

millones de mexicanos que viven en ciudades medias o pequeñas, y en comunidades rurales, del país, padecen la marginalidad informativa.”⁵⁷⁶

Tal situación ha llegado a ser exacerbada por el gobierno de Felipe Calderón, como lo demuestra su gobierno con la persecución y el desmantelamiento de medios alternativos y comunitarios, principalmente radios, situación que a llegado a niveles alarmantes, pues “ radios comunitarias que operaban sin permiso concedido han sido clausuradas en distintas entidades: Estado de México, Sonora, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Chiapas, Coahuila, Hidalgo, Jalisco, Sinaloa, Zacatecas, Campeche, Guanajuato, Yucatán, Baja California Norte, Baja California Sur, Chihuahua, Distrito Federal, Guerrero, San Luis Potosí, Tabasco y Nuevo León.”⁵⁷⁷

El total de radios cerradas hasta el momento son 197. Sin embargo, si bien se han llevado a cabo confiscaciones, acompañados de detenidos, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), calcula que en el país hay alrededor de 400 estaciones de radio y televisión “ilegales”, la mayoría de ellas en Chiapas y Oaxaca⁵⁷⁸, lo que no se dice es que los proyectos organizativos sociales en materia de comunicación surgidos en estas entidades refieren a una necesidad social, pues son la voz de los estados de la república más rezagados y olvidados por el gobierno mexicano.

Este tipo de operativos, que va en contra de los derechos de información y expresión de los mexicanos, son llevados a cabo por organismos federales como la PGR y la Cofetel, respondiendo a las denuncias de la Secretaría de Gobernación (Segob). Hasta el 9 de enero del 2009, la Cofetel había sido la encargada del otorgamiento de concesiones del espacio radioeléctrico, función que después de esa fecha fuera delegada a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

⁵⁷⁶ Hiriart, Le Bert Pablo, “Medios de comunicación y democracia”, en Granados, Otto, *Op Cit.*, p.95.

⁵⁷⁷ Radiozapote, Radioz Libres: TODOS SOMOS CAMERO LA RADIO ES NUESTRA VOZ, *Op. Cit.*

⁵⁷⁸ *Ibíd.*

Los requisitos para concesiones del espacio radioeléctrico en México, según lo menciona el presidente de la Cofetel Francisco García Burgos, son muy sencillos ya que se enfocan a la parte técnica, aunque también no se menciona su alto costo⁵⁷⁹, de la misma manera que se omite el que deben de ser aprobados por la Segob, es decir, deben apearse “a cumplir con lineamientos y transmitir contenidos de gobierno-como los tiempos oficiales del Instituto Federal Electoral y los partidos políticos- y hasta tecnológicos sin priorizar las necesidades y derechos de las comunidades”⁵⁸⁰; por lo que no cabe duda que tanto los requisitos como la decisión del gobierno mexicano para otorgar espacios en el espectro radioeléctrico a asociaciones civiles es una decisión unilateral basada en la connivencia entre gobernantes y grandes empresarios mediáticos, por lo que no es una expresión de las necesidades sociales del pueblo mexicano.

La situación que viven los medios alternativos y comunitarios en México es la expresión de la falta de un marco legal adecuado que se apegue a las necesidades en el ámbito de la comunicación popular, que haga una distinción legal para la naturaleza de los medios de comunicación a quienes por igual considera ilícitos, sean comunitarios o independientes, que garantice el derecho de informar y ser informado, además del derecho a la libre organización, que establezcan requisitos adecuados y que la aprobación de las concesiones no esté inclinada a favor del poder político y empresarial.

⁵⁷⁹ “De acuerdo a la Norma Oficial Mexicana (NOM), los requisitos técnicos son muy costosos por lo que en la práctica es casi imposible acceder a los permisos. Cada radio debe tener el equipo de medición establecido que tiene un costo mínimo de \$9,000.00 dólares, así como hacer el pago de estudios técnicos por parte de privados que están certificados por la SCT (peritos que tienen un costo mínimo de \$1,000.00 sin contar con pasajes y viáticos) Así, la NOM establece factores económicos muy altos que excluyen a los grupos más pobres para poder cumplir con los requisitos técnicos. En el caso de las emisoras con problemas de aseguramientos, para que puedan acceder al permiso deben perder sus equipos en favor de la nación y para cerrar el caso deben pagar una multa de 500 a 5000 veces el salario mínimo (la mínima es de \$2,200.00 dólares). Entre los cambios notariales de las actas constitutivas de las asociaciones civiles de las radios, el cumplimiento de la NOM y las multas, cada radio debe erogar entre 12 y 14 mil dólares.”⁵⁷⁹ . Ver: Coria, Castilla Vanessa, “Violación de la libertad de pensamiento y de expresión en México. El caso de las radios comunitarias” en Calleja, Aleida y Beatriz Solís, *Con permiso. La radio comunitaria en México* [en línea] <www.amarcMexico.org/files/Docus_y_manuales/permiso_333413020.pdf>, Fundación Friederich Ebert, México, 2005, p. 173

⁵⁸⁰ *Ibídem*.

De no llevarse a cabo una verdadera reforma legal en México, las constantes violaciones a los derechos de los mexicanos seguirán siendo uno de los hechos donde impere la impunidad y la injusticia. Un ejemplo de los operativos que lleva a cabo el gobierno en contra de los medios alternativos y comunitarios lo representa la Radio Tierra y Libertad “la mera mera conciencia obrera”, radio comunitaria de Nuevo León que llevaba transmitiendo desde el 2001 en el 90.9FM, la cual cerró tras el operativo federal del 6 de junio de 2008, hecho en el cual, como en todos los cierres a medios libres, se utilizó la fuerza con aproximadamente 120 policías de la Policía Federal Preventiva (PFP), a pesar de que “alrededor de 350 vecinos en la colonia que se escucha rodean las instalaciones de la estación y encaran a los agentes federales de la PFP, exigiendo su derecho a la libertad de expresión y el uso de la radio comunitaria”⁵⁸¹, aún y cuando los miembros de la PFP intentaron disuadir a la comunidad bajo el pretexto de que se trataba de un operativo contra el narcotráfico.

Lo más indignante respecto a estas situaciones es la difusión que hacen de ellas los medios de comunicación privado comerciales, ya sea Milenio o El Universal⁵⁸², los cuales además descalifican a los medios alternativos y comunitarios al referirse a ellos como medios ilegales, piratas, clandestinos o simplemente se les llama delincuentes al mencionar que se “roban” parte del espacio radioeléctrico, es decir, “el delito de la utilización de los bienes nacionales”⁵⁸³, siendo el único dueño *per se* el pueblo mexicano. Este proceder del gobierno inclusive va en contra de tratados internacionales firmados por él.

El Pacto de San José de Costa Rica, al que México se adhirió en 1981...establece específicamente en su artículo 13º; “No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de

⁵⁸¹ Brujo, Artículo de Radio Zapote sobre Radio Tierra y Libertad, <http://www.regeneracionradio.or/index.php?option=com_content&view=article&id=2099%3Aarticulo-de-radio-zapote-sobre-radio-tierra-y-libertad&Itemid=89>, [Consulado el 12 de septiembre del 2009].

⁵⁸² Brujo, *Op. Cit.*

⁵⁸³ Radiozapote, Radios Libres: TODOS SOMOS CAMERO LA RADIO ES NUESTRA VOZ, *Op.Cit.*

controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualquiera de otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones”.⁵⁸⁴

Lo anterior nos deja entrever que México no vive en una democracia, pues no puede ser llamado un país democrático donde la libre expresión es un delito y por tanto se violan la Constitución federal y los tratados internacionales, además de que se hace caso omiso de la creación de un soporte jurídico que coadyuve al desarrollo de los medios comunitarios y alternativos, tal como la ha expresado la Asociación Mundial de Radio Comunitarias en México (AMARC) y la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), esta última lo ha hecho mediante la recepción y difusión de denuncias de violaciones al derecho de libre expresión y confiscación de equipo de transmisión en contra de las autoridades correspondientes. La comunicación en México es un privilegio y no en derecho.

La legislación vigente y el uso discrecional de la ley en instancias de comunicación en México, mantienen un férreo control sobre el usufructo del espectro radioeléctrico...a favor de empresarios, caciques locales y empresas de comunicación nacionales...sólo transmiten los que tienen dinero para hacerlo y no hay espacios para la cultura y la educación.⁵⁸⁵

Ante estos agravios, son los mismos medios alternativos y comunitarios los que informan sobre la persecución que el actual gobierno federal de Felipe Calderón ha llevado a cabo, como lo expresa Radio Votan Zapata, radio alternativa que transmite en el 89.1FM desde los altos de Chiapas, al mencionar que no los “dejan hacer un trabajo que es real y no ficticio como otras que sirven a Calderón y a empresarios.”⁵⁸⁶

Pero también son estos mismos los que proponen las reformas legales correspondientes como se hizo en el *Encuentro de comunicadores indígenas, “medios; pueblos y territorio”* el 8 de agosto del 2009, en el que se hizo un llamado a los

⁵⁸⁴ *Ibidem.*

⁵⁸⁵ Brujo, *Op. Cit.*

⁵⁸⁶ Radiozapote, Radios Libres: Radios Votan Zapata: transmiten en vivo en el 89.1 FM chiapaneco. *Op. Cit.*

organismos gubernamentales para el reparto equitativo del espectro radioeléctrico pidiendo un espacio del 33% para los medios de comunicación comunitarios indígenas, teniendo en cuenta que “en México se ha desarrollado el modelo de comunicación electrónica con mayor grado de concentración [en manos de empresarios] en el mundo.”⁵⁸⁷

Fue ante tales presiones, que el Senado de la República logró establecer una iniciativa de ley llamada *Servicios Comunitarios y Ciudadanos de Radiodifusión de Libre Recepción*, la cual se orienta a la regularización de las radios comunitarias, contemplando la potencia a la que podrán transmitir las emisoras siendo entre 1 y 25 watts, es decir, muy baja, solamente de 40 watts para poblaciones dispersas o fronterizas o bien se trate de una etnia o hablantes de un mismo dialecto, con el objetivo que solo cubra a una cierta comunidad, esta ley además propone el financiamiento a través de comerciales de servicios de su misma comunidad y la disposición de un segmento de frecuencia modulada , FM, para operación digital.⁵⁸⁸

No obstante menciona que la petición para concesión del espacio radioeléctrico deberá pasar por la Secretaria General de Gobierno, la cual a través de la División de Organizaciones Sociales aprobará o no la petición, es decir, el trámite burocrático sigue siendo el mismo aún y cuando se hayan regulado ciertas cuestiones, también prevé la posibilidad de someter a concurso la concesión, aunque añade que se hará siempre y cuando los participantes estén en condiciones similares y no hayan recibido concesiones

⁵⁸⁷ Notimex, México necesita abrir concesiones de Radio y TV: senador, 11 de septiembre del 2009, <<http://eleconomista.com.mx/notas-online/politica/2009/09/11/mexico-necesita-abrir-consecciones-radio-tv-senador>>, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].

⁵⁸⁸ Equipo de prensa de Radio 1° de Mayo, Al Senado proyecto que regula las radios comunitarias, 1 de septiembre del 2009, <<http://radio1demayo.blogspot.com/2009/09/al-senado-proyecto-que-regula-las.html>>, [Consultado el 8 de septiembre del 2009].

antes⁵⁸⁹, lo cual de alguna manera puede prestarse a formas ilegales de obtención de espacio radioeléctrico por parte de empresas privadas comerciales.

Este proyecto de ley también menciona a quiénes se dará dicha concesión, los cuales serán personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro, organizaciones sociales, tales como: juntas vecinales, organizaciones comunitarias, comunidades y asociaciones indígenas; la iglesia y organizaciones religiosas; además de organizaciones de adultos mayores sin fines de lucro. Este proyecto explica que la duración de las concesiones otorgadas será de 15 años y no será transferible, pero también advierte que no se dará más de una radio por comunidad al igual que aclara la prohibición de conformar redes entre medios comunitarios y con respecto a los medios comerciales, salvo en caso de emergencia.⁵⁹⁰

Tales parámetros rompen el derecho a la libre expresión en tanto callan la voz de la diversidad, de la misma manera que rompe con la posibilidad legal de la conformación de una red de medios alternativos, pues si bien se quiere dar espacios en el espectro radioeléctrico, éstos se proponen de forma demasiado restringida generando así incomunicación.

Como parte del proyecto del Senado también se tiene la ampliación de espacios para la televisión al contemplar la creación de más canales nacionales y regionales, aunque menciona que su carácter será privado. De manera que realmente no se proponen grandes cambios al marco legal mexicano en materia de comunicación, como lo refleja el que aún el gobierno retiene alrededor de 140 peticiones de concesión de televisoras comunitarias,⁵⁹¹ las cuales las más de las veces sirven de información para su persecución y cierre.

⁵⁸⁹ *Ibíd.*

⁵⁹⁰ *Ibíd.*

⁵⁹¹ Ávila, Pérez Edgar, Implacable persecución a radios comunitarias, 30 de agosto del 2009, <<http://www.eluniversal.com.mx/estados/72933.html>>, [Consultado el 1 de septiembre del 2009].

Aunada a estas propuestas legislativas se encuentra la labor de organismos internacionales, como la AMARC, en la emisión de recomendaciones para adecuar la legislación mediática al contexto mexicano como también lo hace la ONU y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, claves para ejercer presión sobre el gobierno mexicano y avanzar en materia legal en lo que respecta al otorgamiento de licitaciones para operar en el espacio radioeléctrico.

Sin embargo, el avance legal en materia de regulación mediática alternativa y comunitaria ha sido detenido por la Cámara de Senadores el 8 de diciembre del 2009, al no presentarse, según ellos, algún acuerdo sobre la regulación, entre otros aspectos, del otorgamiento de permisos a estas organizaciones comunicativas, lo cual simplemente expresa el compromiso empresarial y no social que los legisladores mantienen.

De ahí que se observe como necesaria y urgente la creación y aprobación de una legislación comprometida socialmente, que garantice la libertad de expresión e información de todos los ciudadanos mexicanos para la conformación de una sociedad informada, libre, que conozca la realidad en la que vive y debe actuar porque tiene el derecho y la obligación de hacerlo, si es que se pretende vivir en una sociedad democrática, la cual supone el compromiso social del Estado que debe proporcionar la viabilidad legal y efectiva para este ejercicio.

Toda la población debe tener derecho a estar informado y el Estado tiene la obligación de hacerlo...implica por una parte, orientar su quehacer comunicativo ampliando la representación social en los medios. Por otra responder a las necesidades educativas, culturales y de información.⁵⁹²

Con ello, lo que se pretende plantear es que los medios comunitarios, alternativos y libres deben ser protegidos por la legislación mexicana y no, como actualmente lo son, ser perseguidos solo por el hecho de ejercer su derecho de expresión e información, ya que “la propiedad privada de medios sociales tan importantes como

⁵⁹² Marcinkowski, Frank, *Op. Cit.* pp.95-96.

los medios de comunicación es una violación flagrante de los derechos de la colectividad, de sus demandas y sus intereses. La colectividad es la depositaria y el objetivo natural de dichos medios, ella debe ser también su propietaria. La socialización de los medios de comunicación de facto debe hacerse también de jure.”⁵⁹³

El panorama mexicano para este tipo de medios, como puede notarse, es muy áspero, sólo queda la posibilidad de cambio hacia una apertura comunicativa y así poder conformar una red de medios alternativos y comunitarios no solo nacional sino internacionalmente, aprovechando el avance tecnológico actual, es por ello que “si nos unimos todos los medios libres lograremos el objetivo...armar equipos más grandes...como si no existieran fronteras...la unión es la que solidariza a los medios así que hay que avanzar más”⁵⁹⁴, pues ante una articulada y sofisticada prensa internacional privado comercial se necesitan de igual manera espacios articulados y sofisticados para hacerle frente a ésta, tal fue la premisa para que se creara y desarrollara Telesur, sin embargo hace falta trabajar más en este ámbito social por parte de los medios del tercer sector.

Si bien el caso mexicano representa una muestra de lo que ocurre a nivel mundial donde impera el modelo privado comercial de comunicación, Latinoamérica también nos presenta el otro lado de la moneda con Venezuela y últimamente otros países como Bolivia, Ecuador y Argentina⁵⁹⁵, quienes están llevando a cabo reformas legales, siguiendo el ejemplo venezolano, para pluralizar el espacio radioeléctrico, al otorgar un porcentaje mayor de éste para que los ciudadanos se expresen, dialoguen y

⁵⁹³ Cevallos, Diego, *Op. Cit.*

⁵⁹⁴ Radiozapote, Radios Libres: Radios Votan Zapata: transmiten en vivo en el 89.1 FM chiapaneco, *Op. Cit.*

⁵⁹⁵ En el caso de Argentina se creó la nueva Ley de Comunicación Audiovisual, como parte de una reforma a la antigua reglamentación en materia de comunicación que databa de la dictadura militar argentina, tal reforma formaba parte de las propuestas electorales de la actual presidenta, Cristina Fernández de Kirchner. Ver El siglo Web, La Presidenta anuncia la implementación de la Ley de Medios, 21 de Octubre de 2009, <http://www.elsigloweb.com/portal_ediciones/941/portal_notas/41680-la-presidenta-anuncia-la-implementacin-de-la-ley-de-medios.>.

participen, es decir, como una forma de garantizar el ejercicio constante de la democracia.

Este avance legislativo sin duda beneficia a las sociedades latinoamericanas al permitir que sea legal el uso del espacio público para emisiones de medios comunitarios e independientes, es un gran paso para la región destacando la labor constante y comprometida del gobierno de Hugo Chávez no sólo con el pueblo venezolano sino con el latinoamericano y el mundial.

A partir del año 2000, cuando se aprueba la Ley Orgánica de Telecomunicaciones, también se empieza a concebir una política de democratización de la comunicación...Uno de los avances más representativos de la democratización del espectro ha sido la promoción de los medios de comunicación comunitario...se han hecho esfuerzos para fortalecer y masificar este alternativo modelo comunicacional...Además de los medios comunitarios, también resalta la ampliación de la cantidad de emisoras radiales en el país, 891 contabilizadas hasta 2008. Igualmente, la figura de Producción Nacional Independiente (PNI), no existía en otros gobiernos, sino que lo que había era una productora social totalmente dependiente del concesionario de la estación radiofónica. [de esta manera] Se instituye la figura de Producción Nacional Independiente en la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión, y es allí cuando empieza todo ese proceso de registro de productores nacionales independientes.⁵⁹⁶

Si bien los medios de comunicación tanto comerciales como alternativos, en algunos casos aprovechan el avance tecnológico para aumentar la capacidad de cobertura, las formas y la rapidez con la que viaja la información, la calidad del contenido en los alternativos es radicalmente opuesta a la de los medios comerciales, lo cual expresa el nivel de compromiso social de las organizaciones ciudadanas respecto a las sociedades de las que son parte. De allí que gobiernos como el venezolano entre otros latinoamericanos, estén impulsando las bases legales correspondientes y las estén aplicando para asegurar el ejercicio participativo de la democracia.

Los medios alternativos de la Venezuela bolivariana. Gestados en momentos difíciles y partiendo de estructuras artesanales, han recibido el

⁵⁹⁶ ABN; Democratización del espectro radioeléctrico comenzó en Revolución Bolivariana, 13 octubre del 2009, <<http://www.abn.info.ve/noticia.php?articulo=202275&lee=4>>, [Consultado el 29 de octubre del 2009].

apoyo fundamental, para crecer en su tarea, del gobierno revolucionario, y hoy son incuestionablemente una de las fuentes principales de información para las grandes mayoría. El ejemplo de Vive TV, Catia TV, radio Al Son del 23 (de la parroquia 23 de Enero) y los cientos de periódicos impresos-entre los que está Resumen Latinoamericano...significan un aliciente importante en este desierto desinformativo que soportan nuestros países de la región.⁵⁹⁷

Como expresión de este impulso legal en materia de comunicación por parte del gobierno venezolano, se encuentran las medidas que ha tomado desde el golpe de Estado de abril del 2002, orientadas a la vigilancia legal del espacio radioeléctrico y a su distribución equitativa mediante la acción de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), tales como la no renovación de RCTV por violaciones al marco legal en comunicación y las acciones que se encuentra realizando actualmente como son las revisiones y revocaciones a las radios nacionales, de toda naturaleza, ya que “la Conatel descubrió numerosas irregularidades, tales como la existencia de concesionarios fallecidos cuya licencia era utilizada por una tercera persona, la no renovación de los trámites administrativos obligatorios, o simplemente la ausencia de autorización para emitir.”⁵⁹⁸

Dentro de las revocaciones se encuentran las que realizó el primero de agosto del 2009 a 34 emisoras de radio, y las de principios de septiembre a 29 emisoras más, aunque aún siguen siendo revisadas otras 240 estaciones de radio.⁵⁹⁹ Esta medida a diferencia del gobierno mexicano, no se hace discriminadamente y bajo discrecionalidad legal, sino con estricto apego a la ley venezolana en medios de comunicación, además de que tales cancelaciones no significan el bloqueo de la participación social en el espacio radioeléctrico sino al contrario, es un avance en la

⁵⁹⁷ Aznarez, Carlos *Op. Cit* p, 42.

⁵⁹⁸ Lamrani, Salim, Hugo Chávez y los medios de comunicación privados, 10 de agosto del 2009, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=89851&titular=hugo-chavez-y-los-medios-de-comunicación-privados>>, [Consultado el 1 de septiembre del 2009].

⁵⁹⁹ Piñero, Leda, Diosdado Cabello: Proceso contra emisoras continua, 5 de septiembre del 2009, <http://internacional.eluniversal.com/2009/09/07/pol_ava_diosdado-cabello:-pr_07A2711327.shtml>, [Consultado el 8 de septiembre del 2009].

apertura de éste a las organizaciones sociales y medios comunitarios, pues como menciona el gobernador venezolano de Guárico, William Lara, al ser entrevistado sobre las acciones del gobierno federal de asignar las frecuencias canceladas a proyectos comunitarios, explico que “se trata del rescate de la soberanía al dar voz y poder a los consejos comunales...revisar los operadores radioeléctricos es fundamental considerando que la radio es un instrumento clave por su alcance en todo el territorio nacional.”⁶⁰⁰

Desde esta labor el gobierno venezolano, mediante sus órganos competentes, ha iniciado un proceso penal en contra de la televisora Globovisión debido a que a pesar de las advertencias federales de moderar su lenguaje después del Golpe de Estado del 2002, últimamente ante las acciones de los organismos federales en materia de comunicación ha difundido mensajes que incitan nuevamente al golpe de Estado de nuevo, concretamente en el programa Buenas Noches del 3 de septiembre del 2009, ya que “se transmitieron en un contexto en el cual promueven las manifestaciones públicas...generando un clima de tensión y zozobra en la colectividad, a través de mensajes implícitos y explícitos que presuntamente aluden a la violencia.”⁶⁰¹

Venezuela es sin duda un país latinoamericano donde se están tomando las medidas correspondientes para reglamentar el espacio radioeléctrico, hacerlas valer y asegurar la participación democrática, al estar haciendo una ardua labor de transformación de un panorama mediático similar al de muchos países latinoamericanos con modelo privado comercial, como lo demuestra el que hasta hace poco “el 80% de las radios y televisiones...[pertenecían] al ámbito privado, mientras que sólo el 9% ...[eran] públicas, siendo el resto de sectores asociativo y comunitario. Además, el

⁶⁰⁰ Prensa Latina, Defienden en Venezuela cese de concesiones a emisoras radiales, <http://www.prensa-latina.cu/index.php?option=com_content&task=view&id=114981&Itemid=1>, 7 de septiembre del 2009, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].

⁶⁰¹ González, Roa Felipe, Abren nueva investigación a Globovisión, 5 de septiembre del 2009, <<http://www.eltiempo.com.ve/noticias/default.asp?id=202624>>, [Consultado el 8 de septiembre del 2009].

conjunto de los medios privados venezolanos... [estaba concentrado] en manos de 32 familias”⁶⁰², y que este espacio se esté otorgando a organizaciones civiles y haciéndose respetar el marco legal.

Sin embargo esta situación le ha costado al gobierno de Hugo Chávez la condena no solo por parte de los medios comerciales nacionales e internacionales, sino también por parte de organismos como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), la cual acusó a su gobierno de apropiarse del espacio radioeléctrico al no renovar o cancelar las licencias de uso del espacio radioeléctrico para convertirlo en un espacio de difusión del gobierno, al mencionar que “el gobierno venezolano cuenta con 238 emisoras de radio, 28 televisoras, 340 diarios, semanarios y revistas; y 125 páginas web. En total...731 medios de comunicación.”⁶⁰³

Estas cifras corresponden a los espacios ganados para beneficio público al abrirlos a los medios alternativos y comunitarios. De tal forma que aunque las opiniones de organismos internacionales y medios de comunicación comprometidos con el mercado difamen la labor del gobierno venezolano, éste mantiene el apoyo no sólo del pueblo de Venezuela sino de los medios alternativos y comunitarios nacionales y regionales, pues ha expresado con estas medidas una vez más que su compromiso es con la sociedad y no con el mercado.

Cuba es el otro gran ejemplo del continente que a pesar de ser fuertemente difamado por la prensa internacional al servicio del modelo privado comercial, mantiene un panorama mediático lejano a la información que provienen de tales medios, ya que si bien en el panorama mediático cubano la gran mayoría de los medios son gubernamentales, el avance tecnológico en materia comunicacional genera que los

⁶⁰² Lamrani, Salim, *Op. Cit.*

⁶⁰³ Redacción Mundo, Chávez cuenta con más de 700 medios de comunicación, 9 de noviembre del 2009, <<http://www.cope.es/mundo/09-11-09--chavez-cuenta-mas-700-medios-comunicacion-103225-1>>, [Consultado el 23 de noviembre del 2009].

cubanos de forma individual generen sus propios sitios en la red como los llamados blogs y de esta manera puedan expresar sus ideas a nivel nacional y más allá de sus fronteras, de la misma forma que existen comunicadores independientes a favor o no del gobierno cubano, es decir, el control en materia de comunicación en Cuba no es tan férreo y feroz como lo pretende la prensa comercial internacional, lo que se sanciona son los actos ilícitos de quienes se escudan tras la libertad de expresión para cometerlos.

Muestra de tales distorsiones que comete la prensa comercial internacional ha sido la difundida noticia de que los blogueros cubanos están rompiendo el silencio y generan desestabilización en el régimen cubano, ya que este fenómeno ha sido llamado por algunos medios de comunicación “el surgimiento de la ‘vibrante’ blogosfera a pesar de ‘enormes obstáculos legales y técnicos’”⁶⁰⁴, incluso se les ha reconocido internacionalmente con el premio llamado *Una isla virtual* llevado a cabo el 9 de septiembre del 2009 (cuando a ninguno de los medios alternativos o comunitarios se les ha hecho tanta publicidad y se les ha apoyado tanto internacionalmente por los medios comerciales), difundiendo además las características de este grupo así como su labor, exaltando su supuesta lucha por la libertad de expresión, haciendo eco de una supuesta producción de información objetiva, neutral, arriesgándose a ser encarcelados, llevando a cabo sus actividades de manera clandestina.

Los blogueros cubanos...adultos jóvenes han abierto un nuevo espacio para la libertad de expresión en Cuba, a la vez que ofrecen una ligera esperanza del renacimiento de ideas independientes en el cerrado sistema cubano...los blogueros burlan las restricciones...Todos los blogs independientes se asientan en servidores fuera de Cuba...se pasan los mensajes unos a los otros en unidades portátiles de memoria o CD.⁶⁰⁵

Se ha dado a conocer este grupo a nivel internacional como la continuación más avanzada tecnológicamente hablando de los periodistas independientes en Cuba, al

⁶⁰⁴ Lauría, Carlos y María Salazar Ferro, [Blogueros rompen el silencio](http://www.cubamatinal.com/Noticia.cfm?NoticiaID=13086), 11 de septiembre del 2009, <<http://www.cubamatinal.com/Noticia.cfm?NoticiaID=13086>>,[Consultado el 12 de septiembre del 2009].

⁶⁰⁵ *Ibídem*.

incorporar la creación de sitios web propios para difundir su postura, ya que anteriormente “dictaban sus artículos o los pasaban por fax a sitios web en los Estados Unidos y Europa.”⁶⁰⁶

La exageración de los medios comerciales internacionales también queda evidenciada cuando se menciona que es una oleada de blogueros la que está impulsando en Cuba la lucha por la libertad de expresión, la cual comenzó desde el 2007, siendo que solo se cuenta con 25 blogs de periodistas independientes, 75 de intereses personales y 200 de periodistas gubernamentales⁶⁰⁷, aun la cifra es pequeña si se compara con los 200 blogueros afines al gobierno cubano.

En estos blogs que cubren, supuestamente, temas que el gobierno no toca como la crítica al sistema político, la escasez de alimentos, deficiencias en salud y falta de acceso al Internet, realmente se dedican a describir la realidad cubana “de modo apocalíptico y trágico...Ningún aspecto positivo de la sociedad cubana aparece. Sólo se cuentan las aberraciones, injusticias, contradicciones y dificultades.”⁶⁰⁸

Estas críticas si se observan bien, no analizan el contexto nacional e internacional cubano en el cual se dan las problemáticas que en ellas se resalta, como lo hacen respecto a la crítica del acceso a Internet, pues incluso llegan a mencionar que las tarifas de \$6 pesos cubanos por hora es mucho, sin embargo, no se considera que es un servicio público que requiere financiamiento para pagar el uso satelital debido al bloqueo estadounidense y que es un servicio universal y no selectivo, pues el dinero termina en el pueblo y no en manos de una empresa privada.

En esta situación en la que se encuentra Cuba, difamada mundialmente como represora de la libertad de expresión, no resulta sorprendente que los medios y organismos

⁶⁰⁶ *Ibíd.*

⁶⁰⁷ *Ibíd.*

⁶⁰⁸ Lamrani, Salim, El fenómeno Yoani Sánchez, 26 de noviembre del 2009, <www.kaosenlared.net/noticia/el-fenomeno-yoani-sanchez>, [Consultado el 30 de noviembre del 2009].

internacionales se preocupen tanto por defender los medios libres o independientes cubanos, pues para ellos representa una forma de justificar la vuelta a la dominación del sistema capitalista en la isla, como lo expresa la decisión del Comité para la Protección de los Periodistas, la cual “instó [en septiembre del 2009] al gobierno de Cuba a poner fin al ‘acoso’ a los blogueros y periodistas de la isla, a la vez que llamó a la comunidad internacional a ‘insistir’ a La Habana para que respete la libertad de información y expresión. También reclamó que cumpla con los compromisos bajo la firma del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.”⁶⁰⁹

Dicha postura también fue adoptada por tales organismos durante la llamada ola represiva del 2003 conocida como la Primavera Negra, que “provocó varias sanciones económicas de la Unión Europea...y con este descalabro...traería un costo enorme en términos de las relaciones internacionales.”⁶¹⁰ Esta supuesta situación de violación a los derechos de los ciudadanos cubanos por parte del gobierno ha sido enfatizada entre otras organizaciones por la SIP.

La cifra de periodistas presos aumentó a 27, con sentencias que oscilan entre 28 y un año de cárcel... abril se han documentado al menos 102 acciones represivas en todo el país. La lista de violaciones contra el ejercicio profesional incluye arrestos temporales (a veces hasta por 15 días), multas, decomisos de dinero y equipos de trabajo, requisas de domicilio, golpizas, intimidaciones en plena calle, despidos laborales, represalias contra familiares menores de edad, interrupciones telefónicas, violaciones de correspondencia, bloqueos cibernéticos, prohibiciones para participar en eventos públicos e impedimentos para viajar fuera de la provincia de residencia...[añadiendo que no ha habido]...Ningún avance en materia de circulación de información, libertad de opinión, y alternativas de asociación y movimiento dentro y fuera del país se experimentó en los últimos seis meses, a pesar de que el gobierno suscribió -en marzo de 2008- dos acuerdos internacionales de derechos humanos en Naciones Unidas: el Convenio Internacional para los

⁶⁰⁹ El Mundo, Comité de Protección a Periodistas pidió cese de acoso a blogueros cubanos, 11 de septiembre del 2009, <<http://www.entornointelegente.com/resumen/resumen.php?items=945690>>, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].

⁶¹⁰ Lauría, Carlos y María Salazar Ferro, *Op. Cit.*

Derechos Económicos, Sociales y Culturales y el Convenio para los Derechos Civiles y Políticos.⁶¹¹

Dicho contexto se expone como alarmante siendo que en Cuba, si bien la libertad de información tiene algunas restricciones en cuanto se comprende su posición en el contexto internacional y el bloqueo estadounidense, su situación de represión y persecución no puede ser comparable con casos como el de México, en el que se violan los derechos humanos de las organizaciones sociales detrás de los medios alternativos de forma constante, lo mismo sucede cuando son encarcelados y ni siquiera pueden tener comunicación con el exterior, situación distinta en Cuba donde incluso uno de los blogs cubanos premiados era el de un periodista independiente preso llamado Pablo Pacheco, quién construyó el blog llamado *Voz tras las rejas* desde la prisión de Canaleta⁶¹², lo cual no hace sino expresar que hasta los presos en Cuba tienen acceso a Internet, ¿no es una contradicción en la que caen estos blogueros y el apoyo de los media comerciales?.

Estos acontecimientos realmente no son capricho del gobierno sino que son problemas generados por el bloqueo estadounidense, ya que Cuba es uno de los pocos países en el mundo que se preocupa por garantizar el acceso a Internet de la mayoría de su población, por el simple hecho de que se considera un derecho y no un privilegio.

En el 2004, de las 300,000 computadoras que existían en el país, el 65% estaban conectadas en la red; contaban con 750 sitios de Internet; 480,000 cuentas de correo electrónico...toda la prensa nacional y local estaban en Internet, incluidas las estaciones de radio y televisión...[el autor menciona que] los datos que acabo de aportar han crecido considerablemente –las computadoras existentes, por ejemplo, doblan con creces la cifra arriba anunciada-.Todas las escuelas y universidades cubanas están equipadas con computadoras...[además] los ‘Joven Club de Computación y Electrónica’-JCEE...hoy existen repartidos entre los 169 municipios del país, están al alcance de todos sus habitantes, con acceso gratuito a Internet...Cuba es un país socialista y, en vez de privilegiar sólo a un puñado de habitantes, se

⁶¹¹ SIP, Informe sobre Cuba ante la SIP, 9 de noviembre de 2009, <<http://www.mambiaccion.com/2009/11/informe-sobre-cuba-ante-la-sip.html>>, [Consultado el 12 de noviembre del 2009].

⁶¹² Lauría, Carlos y María Salazar Ferro, *Op., Cit.*

esmera en llevar a cabo un modelo alternativo de desarrollo de Internet completamente alejado del uso individualizado, apostando por el más amplio uso social, como lo demuestra su utilización en la ciencia y la técnica, la salud, la educación, los medios de comunicación, así como en el desarrollo de las más importantes ramas de la economía.⁶¹³

Esta situación es muy distinta a la cobertura de Internet en los países capitalistas, donde incluso en los más desarrollados, éste no ha llegado a ser total y lo que es peor que las cifras de disparidad en el acceso son alarmantes, pues “sólo algo más del 10% de la población mundial tiene acceso a Internet, siendo cerca del 90% de éstos habitantes del llamado Primer Mundo.”⁶¹⁴

Además de ello, también se recurre constantemente a la acusación del Ministerio de Comunicaciones de impedir el acceso a las páginas de Internet con contenido contrario a los intereses sociales, éticos y buenas costumbres, programas informáticos, y que afecten al Estado⁶¹⁵, lo cual es risible pues todos los países poseen un reglamento en el ámbito de la comunicación, como lo ejemplifica Estados Unidos, el cual tiene más restricciones en sus páginas gubernamentales, militares y de organizaciones secretas que nadie en el mundo, y este último país sí que tiene una policía cibernética, no Cuba como se menciona por la prensa comercial internacional, la cual miente al mencionar que un grupo de estudiantes son policía cibernética y se encargan del bloqueo de los blogs cubanos “los ‘Joven Club de Computación y electrónica –JCCE-‘ surgieron el 8 de septiembre de 1987.”⁶¹⁶

Este conjunto de difamaciones es impulsado sin otra finalidad que desacreditar a la revolución, sin embargo la mayor apertura de medios en Cuba no puede ser calificada en las mismas condiciones de cualquier otro país, pues su posición en el continente americano y en el mundo se encuentra amenazada constantemente por el imperio

⁶¹³ Azanza, Telletxiki Paco, Mentiras de la reacción sobre uso de Internet en Cuba, 20 de septiembre del 2009, <<http://www.rebelion-org/noticia.php?id=91765>>, [Consultado el 21 de septiembre del 2009].

⁶¹⁴ *Ibíd.*

⁶¹⁵ Lauria, Carlos y María Salazar Ferro, *Op. Cit.*

⁶¹⁶ Azanza, Telletxiki Paco, *Op. Cit.*

estadounidense, por lo que se entiende su posición gubernamental y su tarea de construcción de medios que durante medio siglo han mantenido como grandes exponentes de la comunicación alternativa, sin olvidar a los medios independientes cubanos de los cuales algunos de ellos, con una mirada objetiva, no se quedan en la crítica fácil, a diferencia de los llamados blogueros.

Es necesario reiterar que en un contexto regional como éste, si es que se quiere conformar un modelo de comunicación mediático diferente al comercial, se considere como premisa principal el espectro radioeléctrico como “un bien colectivo, patrimonio común de la Humanidad...el artículo 19 de la Declaración Universal...se establece el derecho de toda persona a estar informada (recepción) y a informar (emisor). Toda persona, todo grupo social, con o sin ánimo de lucro, del partido gobernante o de la oposición, perteneciente a una u otra religión, tiene derecho a concursar para administrar un canal de televisión o de radio. Tocaré a los órganos del Estado-entes autónomos, no dependientes del gobierno en turno-la distribución de estas frecuencias, que son limitadas, de la manera más equitativa y representativa posible.”⁶¹⁷

Con base en ello algunos autores, entre los que se encuentra Estinou, han propuesto la recuperación social del espacio radioeléctrico mediante el espacio público estatal en él, para conformar un foro de participación amplio que sea parte de un proyecto de elaboración de un nuevo modelo de comunicación, el cual sea democrático, plural, transparente, regional, multidireccional, que construya una esfera pública, promueva y respalde el derecho a la información, que tenga responsabilidad ética y social, respete la dignidad e intimidad de las personas, genere procesos de comunicación, es decir que conforme ciudadanos políticos al promover la discusión, la crítica, que conlleve a la participación en la solución de problemáticas comunes, además

⁶¹⁷ López, Vigil José Ignacio, *Op. Cit.*

de ser multiétnico y multicultural, es decir, “que convierta a los medios en instrumentos de las relaciones comunitarias ...que construya democracia, ciudadanía, y nuevas bases civilizatorias para sobrevivir.”⁶¹⁸

Esto mismo genera las condiciones propicias para la formación de una red mediática no sólo nacional sino regional y mundial, como parte integracional de las propuestas mediáticas alternativas regionales, como Telesur, Radiosur, entre otras, las cuales así pudieran ofrecer su contenido a un nivel más equilibrado comparado con los medios comerciales, pues en las palabras de un representante de medios se menciona que “necesitamos más colaboración. Es hora de estrechar lazos y construir redes. También creo que es importante la diversidad lingüística en la información alternativa para así tener simultaneidad de idiomas y la exploración en otros formatos, como hacer televisión.”⁶¹⁹

En el caso concreto de Venezuela, se han propuesto varios puntos acerca de cómo mejorar la estructura legal y organizacional de los medios alternativos y comunitarios por parte de la iniciativa de los integrantes de estas mismas organizaciones para la socialización de los medios, tal y como se expusieron en el Encuentro de Contrainformación y Comunicación Popular, los cuales bien podrían ser aplicadas a nivel regional. Dentro de las propuestas se encuentran las siguientes:

1... impulsar la expansión, desarrollo y /o consolidación de los medios de comunicación comunitarios, libres y alternativos...2. Reformulación de todo el andamiaje legislativo comunicacional...[pues] en algunos casos, son herencia o contienen todavía gérmenes capitalistas de la IV República...3. Promover a fondo la formación para la comunicación popular y educación crítica sobre los medios...4. Ampliar la red de servicios de comunicaciones y telecomunicaciones, informática e imprentas populares, plenamente accesibles y auto-gestionados por los trabajadores, las comunidades y por las distintas formas de organización del pueblo, con recursos suficientes del Estado...5.No renovación de las concesiones radioeléctricas de las grandes

⁶¹⁸ Esteinou, Madrid Javier, *Op. Cit* p.277.

⁶¹⁹ Becerra, R. Mauricio, [A los medios independientes no nos queda más que crecer](http://www.elciudadano.cl/2009/07/11/franck-gaudichaud-de-rebelionorg-%E2%80%9Ca-los-medios-independientes-no-nos-queda-mas-que-crecer%E2%80%9D/), 14 de julio del 2009, <<http://www.elciudadano.cl/2009/07/11/franck-gaudichaud-de-rebelionorg-%E2%80%9Ca-los-medios-independientes-no-nos-queda-mas-que-crecer%E2%80%9D/>>, [Consultado el 3 de agosto del 2009].

televisoras y circuitos de emisoras privadas. Cancelación de las concesiones a los medios implicados en conspiraciones golpistas...para acabar con la impunidad y la amenaza del psico-terrorismo mediático...6.Redistribución y entrega al poder popular y a los movimientos sociales, de las concesiones suspendidas o no renovadas...7.Apertura plena de los medios del Estado, con control democrático y participación social, protagónica y organizada de los trabajadores y movimientos populares...8...seguir favoreciendo la integración de redes comunicacionales dentro de nuestro ámbito continental...9.Poner todo el potencial de las telecomunicaciones de la CANTV (telefonía fija y celular y servicios de acceso a Internet) y la tecnología satelital...al servicio de la construcción del nuevo sistema de comunicaciones del socialismo.⁶²⁰

Estas demandas no hacen sino expresar la exclusión social del espectro radioeléctrico por parte de la mayoría de la sociedad a la cual no se le hacen valer sus derechos, acallando con ello la diversidad social, pues “aunque formalmente todos los ciudadanos tienen el derecho de participar en diversas instancias políticas, sociales y jurídicas, en la práctica de las instituciones esto casi nunca se ejerce.”⁶²¹

Aunque con su aplicación se podría hacer realidad el mito que identifica a los medios de comunicación, y en general a la tecnología, referente al bien común y con ello a la reconstrucción del ágora ateniense. De esta manera se estaría dando un gran paso respecto a la problemática actual, ya que si bien la tecnología puede excluir también puede unir, hacer conciencia de la realidad y generar participación, es decir, producir un saber que facilite la acción, por lo cual considero que es rescatable el aprovechamiento de la tecnología para la transformación social, pues el problema no son los medios en sí, sino el modelo bajo el cual operan, el privado comercial, es decir, el mercado, lo cual condiciona a un cierto tipo de información, por lo que la transformación de éste daría como resultado la recuperación del espacio público para la

⁶²⁰ Aporrea, Reunión de Comunicaciones Populares contrapuesta a La cumbre de los “Servicios Imperialistas de la Presna (SIP), <<http://www.aporrea.org/medios/n142539.html>>, 20 de septiembre del 2009, [Consultado el de septiembre del 2009].

⁶²¹ Winocur, Rosalía, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, Gedisa, Barcelona, 2002, p.92.

construcción de un mundo distinto, es decir, humano, pues con ello se conseguiría la soberanía de elección.

Conclusión

En el presente trabajo se ha abordado el proceso de la democratización mediática en México, Venezuela y Cuba, al igual que la relación de estos casos con el contexto regional e internacional, por lo que fue necesaria la utilización de la perspectiva macro y micro social en los enfoques teóricos retomados para su análisis, tales como la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt y Regis Debrey, este último en lo correspondiente a la relación entre poder simbólico y político, en la parte macro social; mientras que Lazarsfield, Estinuo y Shulz en la parte micro social, desde la forma de interacción social.

Con base en ello pudo explicarse la influencia y relación del contexto social nacional y macrosocial en la creación y consolidación del modelo de comunicación privado comercial en los medios electrónicos en América Latina durante el siglo XX, mediante la interacción de los poderes económico, político, simbólico y coercitivo, tanto a nivel internacional como nacional.

Tal fenómeno da como resultado la configuración de un espacio radioeléctrico desigual, primeramente con la radio en la década de los veinte, la televisión en los cincuenta y el Internet en la última década del siglo XX y la primera del XXI, de la misma manera que revela la dependencia latinoamericana en el aspecto simbólico y económico con las principales cadenas norteamericanas CBS y NBC, respecto a la radio y la televisión.

De tal forma que este modelo se logra consolidar regionalmente a mediados del siglo XX, revelándose el poder simbólico y económico sobre el político, tal como se notó con la revocación de las propuestas de iniciativas y reformas políticas para garantizar un contenido nacional y educativo, la apertura de espacios para la participación ciudadana y el derecho a la información, en algunos países

latinoamericanos en los sesenta, como Venezuela y México; lo cual descubría la dependencia de la política con los medios de comunicación nacionales e internacionales.

Sin embargo, paralelamente, aparece un modelo de comunicación socialista en la región como consecuencia de la revolución cubana, el cual logra instaurarse debido a la infraestructura tecnológica con la que contaba, la nacionalización de los medios y la creación de organismos en materia de comunicación. Asimismo aparece un modelo de comunicación alternativo al privado comercial, cuya cobertura se centraría en el campo y las zonas proletarias de la ciudad, impulsado sobre todo en la radio, figurando la Iglesia entre los actores sociales más relevantes.

No obstante las medidas adoptadas por las dictaduras militares en los setenta y ochenta, reafirmarían la connivencia entre poder político y económico simbólico, al apoyar al sector privado en materia de comunicación, aunque también se diera el binomio legitimidad, interés del poder político, por permisividad, interés de las empresas mediáticas, mediante el cual se sacrificó la libertad de expresión e información, vulnerando con ello la trascendencia de la comunicación alternativa en estos países.

Dicho poder se expresa en el ámbito económico internacional, regional y nacional, en la creación de oligopolios mediáticos, cuyo poder se expande mientras que su número decrece. Entre ellos los más importantes en la región son: Televisa, en México, Globo, en Brasil, El Clarín, en Argentina y Venevisión, en Venezuela.

Es precisamente México, uno de los casos de modelo de comunicación privado comercial representativos de la región, cuya base se sitúa en la política neoliberal de la actualidad, la cual expresa los intereses de la oligarquía mexicana apoyada por los representantes del poder político.

Dicha relación ha abierto la posibilidad del sector privado afiliado con empresas mediáticas internacionales de la creación y el desarrollo de los medios privado comerciales electrónicas desde principios del siglo XX, consolidándose en los setenta y expandiendo su contenido y servicios las tres últimas décadas al resto del mundo.

Esta situación refleja la connivencia entrañable entre el poder político y el económico como parte de la supervivencia de ambos, expresada también en la compra venta de espacio en los medios por parte de los partidos políticos para las campañas electorales, en la transformación de las industrias culturales más importantes en conglomerados empresariales, el aumento de convenios, participación accionaría, alquiler de señales, renovación de concesiones a la mayor parte de los medios privados comerciales, venta de paraestatales mediáticas, venta de concesiones, entre otras.

Tal panorama ha reducido la participación de otros actores sociales como el Estado y la ha eliminado, en el caso de otros como la sociedad civil, aún y cuando algunos regímenes en los sesenta y setenta hayan tratado de establecer un cierto control, infraestructura mediática y apertura de participación en ellos.

Como consecuencia, el ejercicio de la libertad de expresión se ve afectado, no sólo para el resto de los actores sociales, sino incluso el de los propios medios privado comerciales, al caracterizar a México el binomio legitimidad-permisividad, el cual es una especificidad del panorama político, simbólico y económico de este caso, expresándose la más de las veces en la creación de reformas de ley que benefician a dichos conglomerados, como a la llamada ley Televisa o la disminución de los tiempos oficiales en el 2002.

De tal forma se evidencia el caso de México como un país donde impera un modelo de comunicación monopolístico, vertical, concentrado, unidireccional, hermético, elitista, discrecional, autoritario, excluyente y represor de la libertad de expresión,

condicionando la manera de observar y conocer la realidad, al haber sólo un actor social predominante en el espectro radioeléctrico, el mercado.

Frente a ello el sistema de comunicación público no tiene oportunidad, mientras que la sociedad civil no tiene clara la propiedad social de los medios de comunicación como un derecho humano, el cual, al igual que cualquier derecho social, se encuentra privatizado, accede a él quien puede comprarlo, lo cual evidencia la falta de espacios públicos y de ciudadanía.

Situación distinta es el caso venezolano, ya que muestra el proceso de democratización mediática como parte de un conjunto de cambios en diferentes ámbitos sociales bajo el gobierno de Chávez, lo cual le ha valido además de la conformación de un espacio radioeléctrico equitativo, un importante respaldo popular.

Sin embargo, dichos cambios han implicado también el constante hostigamiento nacional e internacional por parte de los principales conglomerados privado comerciales, tal como lo demuestra el golpe mediático del 12 de abril del 2002, en el cual confluyeron los intereses de la oligarquía nacional, con lo que se expresó el poder simbólico y económico contra el político, y las ventajas que poseen los medios privado comerciales, tales como la construcción de opinión pública, consensos y prestigio en cuanto se establece veracidad de los hechos, en contra de la voluntad popular.

Esta experiencia llevó al gobierno de Chávez a regular de manera más estricta el comportamiento de los medios de comunicación, por lo que se creó un Observatorio Global de Medios, de carácter nacional para garantizar el servicio público y su responsabilidad social, además del estricto apego a la ley para la renovación y otorgamiento de concesiones a los medios de comunicación, independientemente de su carácter, lo cual ha generado el no mantenimiento de concesiones a medios como Radio Caracas Televisión (RCTV), uno de los conglomerados venezolanos más importantes

nacional y regionalmente, pero también ha dado la posibilidad a los media electrónicos comunitarios y alternativos de participar en el espacio radioeléctrico.

Con estas acciones, Venezuela ratifica su soberanía, al hacer público el espacio radioeléctrico, como una forma de establecer ciudadanía y una sociedad democrática, lo cual ha desarrollado una nueva estructura mediática nacional.

De igual forma, estos cambios implican constantes ataques por parte de los medios privado comerciales nacionales e internacionales, argumentando sin sustento el control y la censura de todos los medios de comunicación, y aduciendo el detrimento de las condiciones políticas de vida del pueblo venezolano. Destacan en esta ofensiva medios venezolanos como RCTV (en Internet) y Globovisión, así como publicaciones y organizaciones extranjeras como El País, Reporteros Sin Fronteras, la Asociación Interamericana de Prensa, el New York Times, CNN, entre otros.

En contra de estos ataques el gobierno venezolano ha seguido impulsando la democratización del espacio radioeléctrico, no sólo nacional sino regionalmente, con Telesur, Radiosur y TV Alba, como una forma de garantizar un espacio en el que tenga lugar la diversidad, la creación de contenidos propios, la contextualización de la información y la reivindicación de la región histórica y actual, con el objetivo de que se vaya construyendo poco a poco un nuevo modelo de comunicación.

Por otra parte, Latinoamérica nos muestra una alternativa en la construcción de modelos de comunicación mediante un sistema socialista, además de medio siglo de experiencia en ello, como se da en Cuba. Este modelo tiene como antecedente el privado comercial generado en los medios impresos durante la corona española, y posteriormente se fue desarrollado en los medios electrónicos bajo el dominio norteamericano, de tal forma que dicho binomio genera la estructura mediática cubana durante la primera mitad del siglo XX, como parte de la expansión capitalista

estadounidense, aún y cuando la radio había comenzado desde un modelo privado no comercial en los años veinte.

La revolución cubana cambió este panorama al sustituir el modelo privado comercial por el socialista, lo cual implicó la nacionalización de los media así como el cambio de contenido de éstos, la creación de infraestructura institucional, la conformación de medios nacionales y regionales, y la ampliación de la cobertura mediática a toda la isla.

Entre los logros de este modelo se encuentran los obtenidos en materia de educación durante los setenta al crearse las teleclases con el objetivo de alfabetizar a la población, la creación y diversidad de medios, destacando Prensa Latina y Granma, la incorporación de tecnología digital y la garantía de acceso a ellos.

Sin embargo, este modelo ha tenido que enfrentarse, desde su conformación, al hostigamiento constante de los media privado comerciales internacionales, entre ellos Reporteros Sin Fronteras, El País, Telecinco, entre otros que difunden información carente de fundamentos con el objetivo de desprestigiar los logros sociales de Cuba, a lo cual se añade el cerco mediático del cual es víctima la isla, agudizado por el bloqueo estadounidense, situación que genera falta de infraestructura y dificultad de la isla para acceder a Internet.

Sin embargo, la estructura de los medios cubanos ha logrado hacer frente a estas problemáticas mediante la creación de espacios de información y crítica difundidos a nivel nacional e internacional, estos últimos digitalmente, encabezando de esta manera los medios alternativos latinoamericanos. De la misma forma en que ha hecho frente a la dificultad y falta de un servicio de calidad de Internet, mediante el proyecto bilateral de la conexión de cable de fibra óptica entre Cuba y Venezuela, como parte de la generación de alternativas ante el boicot norteamericano.

Los casos mencionados dan cuenta de las vertientes que pueden tener lugar en el contexto internacional, al tiempo que expresan alternativas de recuperación y construcción del espacio público, de la ciudadanía y la democracia.

En dicha tarea los medios de comunicación alternativos y comunitarios tienen un papel fundamental, al fungir como herramientas para la creación de una comunicación comprometida socialmente, lo cual se expresa en la responsabilidad social del contenido presentado y la participación de la sociedad organizada o no en ellos, de manera autónoma, autogestiva, horizontal y descentralizada; por lo que de esta manera su formato suele influir en el grado de politización de la sociedad, lo cual conlleva a la construcción de espacio público en el ámbito radioeléctrico o virtual y fuera de él, con lo que se da cuenta de que través de este modelo el medio se separa del mensaje.

Dentro de este modelo de comunicación los medios más relevantes son la radio y el Internet, debido a su cobertura, además de ser espacios de difusión, contacto, participación y organización de forma inmediata, coordinada, barata y eficaz, generando así acción colectiva en forma de redes globales, las cuales pueden conformar la base mediática de un nuevo modelo mundial en comunicación, orientado a la democratización mediática, dando la posibilidad así, de generar una agenda regional e internacional.

Tales características, en un contexto mundial en el que impera el modelo privado comercial, han llevado a estos medios a la lucha por el reconocimiento legal como medios, por el respeto a las leyes de comunicación y los derechos humanos, entre ellos la libertad de expresión y de información, es decir, por la reivindicación de la democracia.

En México, la radio es el medio perteneciente a este modelo que posee mayor presencia, principalmente en forma comunitaria, entre ellos se encuentran los medios

indígenas, pertenecientes a grupos, luchas y movimientos sociales altermundistas, los cuales demuestran la capacidad de organización social, de preservación cultural traducida en el reforzamiento de la identidad local, de la educación y del fomento al respeto a la diversidad cultural y étnica.

La organización de los media alternativos se encuentra en forma de redes, principalmente de manera digital, para lo cual la adaptación de la radio al Internet es de gran importancia, favoreciendo así la creación de medios de este tipo, principalmente en el interior del país, la difusión y el apoyo de las causas sociales de las organizaciones, pero por otra parte también de la criminalización, represión, desmantelamiento y la encarcelación de los medios alternativos por parte de los aparatos estatales de seguridad pública.

En este aspecto, México ha sido, en los últimos años, uno de los países latinoamericanos donde hay más criminalización y persecución de los medios alternativos y comunitarios; lo cual da cuenta de las dificultades legales en el acceso al espacio radioeléctrico, el uso discrecional de las leyes en materia de comunicación, la poca discusión y toma de decisiones en dicho aspecto por parte de los representantes legislativos.

Venezuela por otra parte, cuenta con un espacio radioeléctrico más equitativo y por tanto con una participación mayor de los medios alternativos en él, facilitando que la comunidad participe directa e indirectamente, generándose incluso la Asociación Nacional de Medios de Comunicación Libres y Alternativos (ANMCLA). Estos medios son críticos de la sociedad y del gobierno venezolano, la mayoría de ellos surgieron de movimientos sociales o bien pertenecen a éstos, de la misma manera que apoyan a las causas sociales regionales e internacionales.

Los medios de comunicación alternativos cubanos se encuentran conformados por sectores de la población tal como mujeres, jóvenes, niños, organizaciones que generan foros de participación ciudadana y por la oposición al gobierno cubano, actualmente representada por los “blogueros”; no obstante, la postura de estos últimos carece de un punto de vista crítico y contextualizado, pues al igual que los medios privado comerciales internacionales, los cuales los presentan como héroes de la libertad de expresión, quienes se encargan principalmente del desprestigio al gobierno y los logros sociales cubanos.

Con ello se demuestra que el espacio radioeléctrico o el ciberespacio es tanto un campo de lucha de poder económico, político, simbólico y social, orientado a la legitimación y el control, además de su utilización como arma de represión, como un espacio de organización y acción colectiva, lo cual invariablemente expresa la creación de espacios propios por parte de la sociedad como alternativa ante la falta de éstos para ejercer la democracia

Con todo lo expuesto a lo largo de este trabajo puede darse cuenta de que el espacio radioeléctrico necesita un cambio de modelo de comunicación orientado socialmente y no de forma lucrativa, el cual siguiendo las características de los procesos actuales, necesitaría ser de dimensiones mundiales, mientras que operaría mediante redes en tres niveles: el regional, el nacional y el internacional, a fin de crearse todo un sistema de comunicación que no sea el alternativo sino el predominante.

Con ello se lograría crear una democratización del espectro radioeléctrico y virtual, una exposición de la diversidad de actores sociales que pueden incidir en ella de forma activa y de las características de una composición social de la diversidad regional, cultural y étnica, es decir, que se configure como un espacio público y con ello se reivindique que la propiedad y el contenido de los medios es público, por lo que se

lograría una reivindicación del artículo 19 de los derechos humanos, (informar y ser informado), y de esta manera se coadyuve al proceso de construcción de ciudadanía.

Anexo.

Algunos de los megamedios o conglomerados mediáticos más poderosos a nivel mundial son la General Electric-NBC, la cual en América, Europa y Asia es dueña de múltiples propiedades, transmisiones mediáticas y medios, compañías, financieras y aseguradoras, lo mismo que de productos de alumbrado y sistemas industriales.⁶²² En lo que respecta a la transmisiones es dueña de la cadena de televisión NBC, transmisiones NBC Nightly News, Today Show, Dateline NBC, Meet the Press, entre otros, con alrededor de 200 estaciones locales, 11 estaciones locales de televisión con una cobertura en Estados Unidos del 25%. Respecto a los medios de cable posee la CNBC canal de cable, Inversiones en: American Movie Classics, Arts &Entertainment, Bravo, Court TV, Prime Network, y varias cadenas de deportes.

En lo que concierne a las compañías financieras, es dueña de: GE Capital Services, GE Capital Mortgage Services, Employers Reinsurance Corp., GE Capital Comercial Real Estate, GE Modular Space, GE Investment Corp., GE Capital Assurance, Amex Life Insurance Agency, GNA, HGI, Inc.; Service América Corp. En cuanto a productos industriales, GE Lighting Division, GE Toshiba Lighting Corp., GE Distribution & Control Manufacturing, GE Transportation System, GE/FAPUC Automation North America; GE Supply México; General Electric Railcar Repair Service Inc., GE Environmental System; GE Plastics, GE Silicones; GE Superabrasives; GE Industrial and Power System; GE Hitachi VHB; y GE Medical systems.

Otras de sus propiedades son: GE Aircraft Engines; Marine &Industrial Engines Service Division; Aparatos electrodomésticos General Electric, Roper Corp; General Electric Capital Aviation Services; GE Capital Fleet Services; Corporate Payment

⁶²² Maza, Enriquez *Op. Cit.* p. 99-100.

System and Travel Services; Marine and Air Cargo Container Leasing; Ground and Air Courier Service y Compañías Gelco.

Otro ejemplo de megamedios es Time Warner-Turner; en donde destaca la figura de Ted Turner, quien como menciona Maza, es el creador del canal de noticias CNN y vicepresidente del primer grupo multimedia mundial AOL Time Warner; además de ser dueño de equipos deportivos en Estados Unidos como de los Braves de Atlanta en el béisbol, los Atlanta Hawks en el básquetbol, y de los Atlanta Thrashers en Hockey. Respecto a AOL y a Time Warner se tiene que “AOL es el operador de Internet más grande de Estados Unidos. Time Warner opera en televisión, publicaciones, cine, música y sistemas de cable. En televisión...La Turner Entertainment (TBS), CNN News Grup, Home Box Office, Cartoon Network; incluye Time, Fortune, Life, People, Sports Illustrated, la editora de libros Warner Books y el Clun Book-of-the-Month. En música, Warner Music Group. En cine, Warner Bros y New Line Cinema. En cable, Time Warner Cable, Time Warner Telecom...y el operador CLEC.”⁶²³

En el caso de News Corporation, su dueño es Rupert Murdoch, quien en su conglomerado incluye, como menciona Maza, televisión, cable, prensa e Internet; ya que posee la 20th Century Fox, The Fox Network, HarperCollins y el New York Post, The Times, The Sunday Times, en Londres, Fox TV en Hollywood, Star Televisión en Asia; posee la mayoría de la prensa australiana y un tercio de la inglesa y de la BSKyB; es dueño de los Dodgers de los Ángeles, de la Liga Nacional de Rugby, de Broadsystem, de Fox Interactive y de LineOne Service, en Internet.

Las propiedades del conglomerado empresarial Grupo Clarín de Argentina son en cuanto a medios impresos: Arte Gráfico Editorial Argentino (AGEA) S.A., al cual a su vez pertenecen el Diario Clarín, el Diario Olé, la Revista Viva, la Revista Genios, la

⁶²³ Ibídem, p. 101.

Revista Jardín de Genios y la Revista Enseñar; respecto a la Editorial La Razón S.A., la participación de dicho grupo es el 75%, dentro del cual también se encuentra el Diario La Razón. Otra de sus empresas es la Compañía Inversora en Medios de Comunicación (CIMECO) S.A., a la cual pertenecen el diario La Voz del Interior, el diario Día a Día y el Diario Los Andes; también le pertenece la empresa Página/12 S.A., del cual se desprende el diario Página/12, al igual que el Rosario/12; otra empresa es la de Artes Gráficas Rioplatenses (AGR) S.A., a la que pertenecen la Revista Elle, la Revista Elle Deco y la Revista Elle Novias; en cuanto a la empresa Tinta Fresca Ediciones S.A., el pertenece la editorial Tinta Fresca; en lo que respecta a la empresa Impripost Tecnologías S.A., se encuentran los Servicios de digitalización Impripost; en lo que respecta a Diarios y Noticias S.A., le pertenece parte de la agencia de noticias DyN.

Respecto a medios audiovisuales, le pertenece Artear Argentina S.A., que tiene la mayoría de sus señales de paga, entre ellas se encuentran el Canal 13, Todo Noticias, Volver, Magazine, Metro, Multideporte, Canal 6, Canal 7 (Bahía Blanca), Canal 9 (Paraná), Canal 10 (Altovalle), Canal 10 (Mar del Plata), Canal 10 (Tucumán) y Canal 12 (Córdoba). Además tiene participación en otras empresas, entre ellas algunas productoras de cine como en Patagonik Film Group y Pol-Ka, al igual que en Ideas del Sur productora de televisión, de la misma manera que en CableVisión S.A. con un 60% de sus acciones, en CableVisión, Multicanal, Teledigital; lo mismo que en Tele Red Imagen S.A. (TRISA) con un 50%, en TyC Sports, asimismo participa en Televisión Satelital Codificada (TSC) S.A., con un porcentaje igualmente del 50% en participación en las acciones, en la señal TyC Max. Respecto a las radiodifusoras, se encuentra Radio Mitre S.A. en AM, Radio Mitre 810 y La 100 EN FM. Tiene un menor porcentaje de sus acciones en Supercanal Holding S.A., con el sistema de televisión de paga Supercanal.

Respecto a medios electrónicos, le pertenecen el Clarín Global S.A, a los cuales pertenecen a su vez Clarín.com, Empleo.clarín.com, Inmuebles.clarín.com, Autos.clarín.com, Ole.clarín.com, Ciudad.com, CidadeInternet.com.br, Ubbi.com, Ubbi.cl, Ubbi.com.br, UbbiMusica.com, Canaltrece.com.ar, Radiomitre.com.ar, Radiomitre810.com.ar, La100.com.ar, TN24horas.com, Volver.com, Multicanal.tv, Vxv.com; de la misma manera que le pertenece la empresa Oportunidades S.A., con el Portal de compra venta MasOportunidades.com; asimismo le pertenece también la Primera Red Interactiva de Medios Argentinos S.A. (PRIMA), la cual posee diferentes proveedores de servicios como Fibertel, Flash, Ciudad Internet, Fullzero.

Otras de sus empresas con la telefónica Vontel S.A; la empresa de mensajería y correo Unir S.A; la empresa Gestión Compartida S.A., la cual se encuentra dedicada a la tercerización de procesos, la Inversora de Eventos S.A., Automóviles Deportivos 2000, Organizadora del TC2000, MundoShow; las Ferias y Exposiciones Argentinas S.A., Exponenciar, ExpoEducativa Argentina, 100x100 Fútbol, ExpoAgro S.A; de la misma manera que también tiene participación en la empresa Papel Prensa S.A.⁶²⁴

Grupo Cisneros de Venezuela cuenta en televisión con Venevisión que dentro de sus variantes se tiene: Venevisión Continental, la cual es televisión de cable; Venevision Studios que es una instalación para la producción de programación televisiva, dentro de ella se encuentra Venevision Productions, Venevision International Productions, y GenTV, dicha instalación también representa las operaciones de Caracol Television en Estados Unidos. Venevisión Plus, es otra de estas variantes, el cual es un canal de paga que ofrece 250 horas de programación de variada español; una más de estas variantes es Venevisión Internacional (VVI) la cual es una compañía encargada de la producción y distribución del contenido televisivo y musical de paga, además de encargarse de la

⁶²⁴ Grupo Clarín, *Op Cit.*

distribución de películas en DVD; se encuentra dividida de la siguientes forma: Venevision Internacional TV Distribution, Venevision Internacional Pay TV- Vene Movies, Venevision Internacional Film Distribution, Venevision International Productions, Venevision Internacional Publishing, Venemobile, Vene Music, Siente Music y LatCel.

Otras de las empresas con las que cuenta son: Blockbuster Puerto Rico, Claxson-Playboy TV Latin America & Iberia, Claxson-DMX Music Latin America, Claxson-Digital Latin America, Digitel GSM (Compañía Celular de Venezuela), Sambil Caracas-Maracaibo-Valencia-Margarita-San Cristóbal-Barquisimeto-Maracaibo, Lag, Jetix (Yin Yang Yo), Nick/Nick J, Cartoon Network Latinoamérica y Boomerang Latinoamérica, Americatel Sistemas de Comunicación C.A., que se encuentra en unión con Entel Chile, Movida, FonoLibro y Directv Latinoamérica.

Dentro de los servicios y productos que ofrece esta organización se encuentran los siguientes: Business Services Provider (BSP), que es una empresa que ofrece licencias o servicios de “Application Services Provider” (ASP), Gaveplast, que es una empresa especializada en recipientes de embalaje para el transporte de refrescos y cerveza; Summa Sistemas, que distribuye y presta servicio a sistemas de punto de venta, lectoras de código de barras, cajeros automáticos y sistemas de pago, Agencia de viajes Saeca que ofrece servicio en 125 países y SBS Sports Business que comercializa de productos deportivos en Venezuela, también se encuentra Fisa entre las propiedades de esta organización la cual es una fabrica y distribuye productos de belleza en Venezuela. Igualmente le pertenecen: Cervecería Regional, segunda empresa cervecera de Venezuela, Los Leones del Caracas y Águilas del Zulia, además de ser de organizador de miss Venezuela.

Bibliografía

- Alsina, Miguel Rodrigo, *Comunicación intercultural*, Anthropos, Barcelona, 1999.
- Ávila, Raúl, *De la imprenta a la Internet*. El colegio de México, México, 2006.
- Aznar, Hugo, *Ética de comunicación y nuevos restos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios*, Paidós, Barcelona, 2005.
- Aznárez, Carlos, *El terrorismo mediático, la sumisión de los medios convencionales y la necesidad de resistir a través de una política integral de contrainformación*, Imprenta Nacional y Gaceta Oficial, República Bolivariana de Venezuela, 2008.
- Bernal, Sahagún, Víctor Manuel, *Anatomía de la publicidad en México: monopolio enajenación y desperdicio*, Nuestro tiempo, México, 1985.
- Bohmann, Karin, *Medios de Comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza, México, 1989.
- Debray, Régis, *El Estado seductor; las revoluciones mediológicas del poder*, Manantial, Buenos Aires, 1995.
- Dirección de la Cultura Masiva del Ministerio de Cultura, *La cultura en Cuba socialista*, Letras Cubanas, La Habana, 1982.
- Esteinou, Francisco Javier, *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, Trillas, México, 1992.
- Fernández Christlieb Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México, 1982.
- Fonte, Irene, *La nación cubana y Estados Unidos: un estudio del discurso periodístico, 1906-1921*, Colegio de México, México, 2002.
- Fox, Elizabeth, *Medios de comunicación y política en América Latina: lucha por la democracia*, G. Gili, México, 1989.
- García, Calderón Carola y Leonardo Figueiras Tapia, *Medios de comunicación y campañas electorales (1988-2000)*, Plaza y Valdés, México 2006.
- Getino, Octavio, *Cine y Televisión en América Latina*, Ciccus, Buenos Aires, 1998.
- Gingras, Anne-Marie, *El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas*, Gedisa, Barcelona, 1998.
- González, Camejo, Mario, *Dictadura mediática globalizada. Etapa superior del imperialismo yanqui*, Fondo Editorial Ipasme, Caracas, 2008.
- Granados, Otto, *Medios Públicos y Democracia*, Dirección de Radio, televisión y cine en México, México, 1992.
- Habermas, J., *Historia y crítica de la opinión pública*, G.Gili. México, 1994.
- Hokmeister, Josef Wilhelm, *Medios de comunicación, democracia y poder*, Centro Interdisciplinario de Estadística sobre el Desarrollo Latinoamericano, Buenos Aires, 1995.
- Horkheimer, Max, *Dialéctica del iluminismo*, Sur, Buenos Aires, 1969.
- Huestas, Fernando, (coord.), *Televisión y Política*, Complutense, Madrid, 1994.
- Izurieta, Roberto et Al., *Estrategias de comunicación para gobiernos*, La Crujía, Buenos Aires, 2002.
- López, Maya Margarita y Medofilo Medina, *Venezuela: confrontación social y polarización política*, Aurora, Bogotá, 2003.
- Lull, James, *Medios, comunicación y cultura*, Amorroutu, Buenos Aires, 1997.

- Maigret, Eric, *Sociología de la comunicación y de los medios*, Fondo de Cultura Económica, México, 2005.
- Maldonado, Norma Patricia (Coord.) *Horizontes comunicativos. Estudios Críticos*, Críticas, México 2001.
- Marí, Víctor Sáez, *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*, Popular, Madrid, 2004.
- Martínez, Medellín Francisco, *Televisa: sigue la huella*, Claves latinoamericanas, México, 1992.
- Mc Combs, Maxwell, *Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública*, Paidós, Barcelona, 2006.
- Mc Quali, Denis, *La acción de los medios*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- Mejía, Barquera Fernando, *Televisa: el quinto poder*, Claves latinoamericanas, México, 1988.
- Merayo, Arturo (coord.), *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y prospectiva*, Comunicación Social, Sevilla, 2007.
- Montenegro, Sofía, *Los medios de comunicación como actores políticos en Nicaragua: los periodistas, los medios y el poder*, Centro de Investigaciones de la Comunicación, (CINCO), Managua, 2007.
- Morgas, Miguel de *Sociología de la comunicación de masas*, G. Gili, Barcelona, 1993.
- Mouchan, Jean, *Política y medio. Los poderes bajo influencia de los medios de comunicación*, Gedisa, Barcelona.
- Muñoz, Alonso Alejandro el Al., *Comunicación y política*, Universitarias, Madrid, 1995.
- Pasquali, Antonio, *El aparato singular. Análisis de un día de televisión en Caracas*, Universidad Central de Venezuela e Instituto de Investigaciones, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Caracas, 1967.
- Rincón, Omar (comp.), *Televisión pública del consumidor al ciudadano*, La crujía, Buenos Aires, 2005.
- Sánchez, Joan Eugeni, *Espacio, Economía y sociedad*, Siglo XXI, Madrid, 1991.
- Sartori, Giovanni, *Homo videns, La sociedad teledirigida*, Taurus, México, 2001.
- Stein, Velasco José Luis, *Democracia y medios de comunicación*, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, México, 2005.
- Subirats, Eduardo, *Culturas virtuales*, Coyoacán, México, 2001.
- Telado, Ana Rosa (Editora), *Televisión y democracia en América Latina*, Instituto para América Latina, Lima, 1989.
- Thompson, John. B., *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 2001.
- -----, *Los media y la modernidad*, Paidós, Barcelona, 2003.
- -----, *Ideología y cultura modernas*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 2002.
- Toussaint, Florence, *Televisión sin fronteras*, Siglo XXI, México, 1998.
- Trejo, Delarbre, Raúl, *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet: la red de redes*, Diana, México, 1996.
- -----, *Los poderes Salvajes, Mediocracia sin contrapesos*, Cal y Arena, México, 2005.
- UNESCO, *Los medios de información en América Latina: Factor de desarrollo económico y social*, UNESCO, París, 1961.

- Vega, Montiel Aimée, Maricela Portillo y Jerónimo Repoll, *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia*, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C y Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Tabasco, 2008.
- Véjar Carlos Pérez-Rubio (coord.), *Globalización, capitalismo e integración latinoamericana*, Plaza y Valdés Editores, México, 2006.
- Winocur, Rosalía, *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*, Gedisa, Barcelona, 2002.

Bibliografía electrónica

- Barranquero, Alejandro y Chiara Sáez Baeza, *Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación* [en línea] <<http://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf>>, Congreso Internacional AE-IC "Comunicación y desarrollo en la era digital", Sección: *Teorías y métodos de investigación en comunicación*, Málaga, 2010.
- Botero, Catalina, *Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos 2010. Informe de la relatoría especial para la libertad de expresión* [en línea] <http://www.cidh.oas.org/annualrep/2010sp/RELATORIA_2010_ESP.pdf, Organización de los Estados Americanos,>, Ser.L/V/II.Doc. 5, 7 marzo 2011.
- Calleja, Aleida y Beatriz Solís, *Con permiso. La radio comunitaria en México* [en línea] <www.amarcMexico.org/files/Docu_y_manuales/permiso_333413020.pdf>, Fundación Friederich Ebert, México, 2005.

Hemerografía

- Guerra, Cabrera Ángel, “El bloqueo y la semántica yanqui” en *La Jornada La realidad cubana el bloqueo hoy*. 14 de octubre del 2004.
- La Jornada, “Entrevista a Jorge Bolaños, embajador de Cuba en México” en *La Jornada La realidad cubana el bloqueo hoy*. 14 de octubre del 2004.

Hemerografía electrónica

- Aparicio, Héctor, “Medios de comunicación y opinión pública en la sociedad democrática”, *Revista venezolana de ciencias sociales* [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/sic/inicio/ArtPdfRed.jsp?!Cve=31601209&CveNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], año/ vol. 8 Número.002, Universidad nacional Experimental Rafael María Baralt, Cabimas, 2004.
- Arcila, Calderón, Carlos, “¿Qué es Telesur?”, *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/160/16009210.pdf>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], diciembre, número 092, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, 2005.
- Browne, Rodrigo, “Comunicación indisciplina: iconografía e inconorrea en los medios de (in) comunicación”, *Revista Austral de Ciencias Sociales*, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=45901106&CveNum=0>> [consultado el 30 de octubre del 2007], diciembre, número 11, Universidad de Chile, Santiago, 2006.

- Bustamante, Newball Jenny, “Televisión interactiva: ¿optimismo e innovación a destiempo?”, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI [en línea] <<http://chasqui.comunica.org/pdf/chasqui91.pdf>>, [consultado el 1 de mayo de 2011], septiembre, número 91, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, 2005.
- Díaz, Cecilia, “Agencia de información Fray Tito para América latina ADITAL Recursos digitales”, Revista Futuros [en línea] <www.revistafuturos.info/futuros_4/webs/23_adital.htm>, [consultado el 21 de febrero del 2009], NO. 4, Vol.1., año 2003.
- Gaytán Felipe y Juliana Frago, “Del pánico a la banalidad en la tragedia terrorismo medios de comunicación en México”, Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16007707&CveNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], marzo, número 077, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Quito, 2002.
- Rota, Joseph, “El papel de la comunicación en el desarrollo de la democracia”, Investigación y Desarrollo, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26812202&CveNum=0>> [consultado el 30 de octubre del 2007], Vol. 10, Número 2, Universidad del Norte, Colombia, 2002.
- Uribe, Alvarado Ana B., “Reseña de los media y la modernidad una teoría de los medios de comunicación de B. John Thompson”, Estudios sobre las culturas contemporáneas, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31681509&CveNum=0>>, [consultado el 30 de octubre del 2007], junio, año/Vol. VIII, número 015, Universidad de Colima, México, 2002.
- Zermeño, Flores Ana Isabel, “Infoentretenimiento y tecnologías globalizantes”, Estudios sobre las culturas contemporáneas, [en línea] <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31601209&CveNum=0>> [consultado el 30 de octubre del 2007], diciembre, año/Vol. VI, número 012, Universidad de Colima, México, 2000.

Sitiografía

- ABN, Democratización del espectro radioeléctrico comenzó en Revolución Bolivariana, 13 octubre del 2009, <<http://www.abn.info.ve/noticia.php?articulo=202275&lee=4>>, [consultado el 29 de octubre del 2009].
- -----, La señal de Alba Televisión saldrá al aire el próximo 19 de mayo, 25 de abril del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50104>>, [consultado el 30 de abril de 2007].
- -----, Periodistas por la verdad destacan avance en la democratización de la información en Venezuela, 9 de febrero de 2010, <<http://www.abn.info.ve/noticia.php?articulo=219766&lee=4>>, [consultado el 26 de febrero de 2010].
- Agencias El Universal, Ve Chávez unión de Venezuela con Cuba, 16 de octubre del 2007, <<http://www.eluniversal.com.mx/internacional/55736.html>>, [consultado el 30 de octubre de 2007].
- ALAI, Quienes Somos, <www.alainet.org/quiene-somos.phtml>, [consultado el 21 de febrero del 2009].

- Alcalde, Justiniani Arturo, Radio comunitaria Tierra y Libertad, 19 de agosto del 2009, <<http://www.libertad-expresion.org.mx/noticias/radio-comunitaria-tierra-y-libertad/>>, [Consultada el 22 de septiembre del 2009].
- AMARC América Latina y el Caribe, Se necesitan leyes más fuertes para sostener la radio comunitaria, dice AMARC, 10 de septiembre del 2009, <<http://legislaciones.item.org.uy/index?q=node/1063>>, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].
- AP, Chávez y Cuba son trogloditas y comunistas: Vargas Llosa, 30 mayo del 2009, <www.eluniversal.com.mx/notas/601388.htm>, [consultado el 8 de junio del 2009].
- -----, Obama facilita Viajes y envío de remesas a Cuba, 13 de abril del 2009, <www.eluniversal.com.mx/notas/590618.html>, [consultado el 16 de abril del 2009].
- AP y EFE, La OEA “reintegra” a Cuba, 4 de junio del 2009, <www.eluniversal.com.mx/internacional/61951.html>, [consultado el 4 de junio del 2009].
- -----, OEA, sin rumbo fijo sobre el caso de Cuba, 3 de junio del 2009, <www.eluniversal.com.mx/internacional/61951.html>, [consultado el 3 de junio del 2009].
- Aporeea, Hoy se celebra la 1ª Asamblea Nacional de Medios Alternativos y Comunitarios en Venezuela, 19 de mayo de 2007, <<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=51075>>, [consultado el 20 de mayo de 2007].
- -----, Reunión de Comunicaciones Populares contrapuesta a La cumbre de los “Servicios Imperialistas de la Prensa (SIP), <<http://www.aporrea.org/medios/n142539.html>>, 20 de septiembre del 2009, [consultado el de septiembre del 2009].
- -----, Sobre Aporeea.org, <<http://www.aporrea.org/nosotros.php>>, [Consultado el 22 de septiembre del 2009].
- -----, Telesur apuesta por implantar su presencia en Europa con España como puente, 8 de mayo del 2007, <<http://www.aporrea.org/venezuelaexterior/n94548>>, [consultado el 15 de mayo de 2007].
- Argenpress, Venezuela, Incluirán a los medios alternativos de comunicación en la reforma socialista, 20 de mayo de 2007, <<http://www.prensarural.org/spip/spip.php?breve327>>, [consultado el 20 de mayo de 2007].
- Ávila, Pérez Edgar, Implacable persecución a radios comunitarias, 30 de agosto del 2009, <<http://www.eluniversal.com.mx/estados/72933.html>>, [consultado el 1 de septiembre del 2009].
- Azanza, Telletxiki Paco, Mentiras de la reacción sobre uso de Internet en Cuba, 20 de septiembre del 2009, <<http://www.rebellion-org/noticia.php?id=91765>>, [consultado el 21 de septiembre del 2009].
- Baldor, Lolita, Mejorará Obama seguridad cibernética de EU, 29 de mayo del 2009, <www.eluniversal.com.mx/notas/601258.html>, [consultado el 11 de junio del 2009].
- Becerril, Andrea, “Regalará el Senado mexicano más de mil millones de dólares a Televisa”, 28 de marzo del 2006, <www.rebellion.org/noticia.php?id=29036>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

- Becerra, R. Mauricio, A los medios independientes no nos queda más que crecer, 14 de julio del 2009, <<http://www.elciudadano.cl/2009/07/11/franck-gaudichaud-de-rebelionorg-%E2%80%9Ca-los-medios-independientes-no-nos-queda-mas-que-crecer%E2%80%9D/>>, [consultado el 3 de agosto del 2009].
- Bilbao, Luis, La polémica sobre RCTV: prensa, política y democracia, 5 de junio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51806&titular=la-polémica-sobre-rctv:-prensa-política-y-democracia->>, [consultado el 15 de junio de 2007].
- Brujo, Artículo de Radio Zapote sobre Radio Tierra y Libertad, <http://www.regeneracionradio.or/index.php?option=com_content&view=article&id=2099%3Aarticulo-de-radio-zapote-sobre-radio-tierra-y-libertad&Itemid=89>, [consultado el 12 de septiembre del 2009].
- Camaño, Juan Carlos, Todos somos comunicadores, 21 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51136>>, [consultado el 25 de mayo del 2007].
- Cevallos, Diego, Corte apunta contra poder televisivo, 6 de mayo del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=50535>, [consultado el 2007].
- Comunicado AMARC, Emite Cofetel opinión favorable para permisos a radios comunitarias AMARC, 30 de octubre del 2009, <<http://radioinformaremosmexico.wordpress.com/2009/11/03/emite-cofetel-opinion-favorable-para-permisos-a-radios-comunitarias-amarc-2/>>, [consultado el 3 de noviembre del 2009].
- Coordinación general de Radio Ñonmndaa, La Palabra del Agua, Giran orden de aprehensión a integrante de Radio Ñomndaa, 3 de noviembre del 2009 <<http://radioinformaremosmexico.wordpress.com/2009/11/03/giran-orden-de-aprehension-a-integrante-de-radio-nomndaa>>, [consultado el 5 de noviembre del 2009].
- Cortés, Martínez Héctor, México: los medios están dirigidos a los sentidos más que a nuestra razón, 28 de julio del 2007, <www.rebelion.org/noticias/2007/7/54218.pdf>, [consultado el 30 de julio de 2007].
- CubaDebate, Quiénes Somos, <www.cubadebate.cu/index.php?tpl=desing/quienes_somos.tpl.htm>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].
- CubaNet, ¿Quiénes somos?, <<http://www.cubanet.org/somos.html>>, [Consultado el 3 de septiembre del 2009].
- Dávila, Jacinto, Los lenguajes del TeleSur, 25 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51329>>, [consultado el 30 de mayo de 2007].
- Del otro lado, Avanza plan ofensivo contra radios comunitarias, 25 de marzo del 2009, <<http://www.delotrolado.net/oaxaca>>, [consultado el 4 de septiembre del 2009].
- Dorado Auz, Isabel, Radio memba...la radio de los si voz, <<http://www.termometroenlinea.com/blogs1.php?artid=15835&relacion=termometroenlinea&columna=EN%20POCAS%20PALABRAS&cids=199>> [consultado el 1 de noviembre del 2009].
- Echeverría, Pedro, Como en Venezuela, en México avanza el golpismo televisivo, 12 de septiembre del 2007,

- <www.rebelion.org/noticia.php?id=49924>, [consultado el 20 de septiembre de 2007].
- -----, Televisa y TV Azteca son una basura tergiversan la noticia, 21 de mayo del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=51129>, [consultado el 30 de mayo de 2007].
 - Ego, Ducrot Víctor, Solidaridad con Pascual Serrano y Rebelión.org, 25 de noviembre de 2007, <<http://www.hastasiempre.info/article.php?lang=espanol&article=565>>, [consultado el 30 de noviembre de 2007].
 - -----, Todos tenemos derecho a estar informados, 20 de mayo del 2007, <http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=3194>, [consultado el 25 de mayo de 2007].
 - El Mundo, Comité de Protección a Periodistas pidió cese de acoso a blogueros cubanos, 11 de septiembre del 2009, <<http://www.entornointelegente.com/resumen/resumen.php?items=945690>>, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].
 - El siglo Web, La Presidenta anuncia la implementación de la Ley de Medios, 21 de Octubre de 2009, <http://www.elsigloweb.com/portalediciones/941/portalediciones/41680-la-presidenta-anuncia-la-implementacin-de-la-ley-de-medios>, [consultado el 30 de octubre de 2009].
 - Elizalde, Rosa Miriam, Diez mentiras en la Vanguardia: La Internet según Pasqualí, 16 de junio del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=52311> [consultado el 28 de junio del 2007].
 - -----, TVes, como eres, 29 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51462&titular=tves-como-eres->>, [consultado el 30 de mayo de 2007].
 - Equipo de prensa de Radio 1º de Mayo, Al Senado proyecto que regula las radios comunitarias, 1 de septiembre del 2009, <http://radio1demayo.blogspot.com/2009/09/al-senado-proyecto-que-regula-las.html>. [consultado el 8 de septiembre del 2009].
 - Fernández, María Cecilia, Revista Pueblos, Televisiones comunitarias. La experiencia de Catia TV, 8 de abril del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=49374&titular=la-experiencia-de-catia-tv->> [consultado el 25 de mayo del 2007].
 - Fuentes, Díaz, Antonio, Eutsi, “La Rabiosa”, una radio para escuchar en México, Rabias y Radios, 21 de agosto del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=55103&titular=rabias-y-radios->>, [consultado el 17 de noviembre del 2007].
 - Gara, Mirari Isasi, www.rebelion.org, “Los grandes medios están perdiendo su inmerecida credibilidad”, 7 de mayo del 2007,
 - García, Simone María Eva, Una construcción hegemónica de la “realidad”, 16 de noviembre de 2007, <http://www.prensamercosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=3743>, [consultado el 17 de noviembre de 2007].
 - Gobierno cubano, Cuba, www.cuba.cu/subcategorias, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

- Gonaldi, Germán, La OEA debe aprobar el ingreso de Cuba, 31 de mayo del 2009, <www.prensamercoar.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=4354>, [consultado el 1 de junio del 2009].
- González, Alfredo, Televisa, la ley y la farsa, 2 de abril del 2006, <www.rebelion.org/noticia.php?id=29261> [consultado el 25 de mayo 2007].
- González, García Frank, Prensa Latina: una experiencia alternativa, 20 de mayo 2007 <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51105>>, [consultado el 25 de mayo de 2007].
- González, Roa Felipe, Abren nueva investigación a Globovisión, 5 de septiembre del 2009, <<http://www.eltiempo.com.ve/noticias/default.asp?id=202624>>, [consultado el 8 de septiembre del 2009].
- Grupo Cisneros, La Organización Cisneros, <[http://www.cisneros.com/\(es\)AboutUs.aspx](http://www.cisneros.com/(es)AboutUs.aspx)>, [Consultado el 30 de mayo 2008].
- Grupo Clarín, Principios y Valores, <http://www.grupoclarin.com.ar/content/pyv_principios.html>, [Consultado el 30 de mayo 2008].
- Grupo Salinas, Sección Principal, <www.gruposalinas.com>, [consultado el 6 de junio del 2009].
- Grupo Televisa, Grupo Televisa, <www.esmas.com/televisahome/v2home/>, [consultado el 6 de junio del 2009].
- Guerra, Cabrera Ángel, Mentiras y silencios 25 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51323&titular=mentiras-y-silencios->>, [consultado el 30 de mayo de 2007]
- Guerrero, Modesto Emilio, Telesur y el sentido de su existencia en las Jornadas de Caracas, 21 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticias/2007/5/51145.pdf>>, [consultado el 15 de mayo de 2007].
- Hernández, Jaime, Cuba dice “sí” al diálogo con Estados Unidos, 1 de junio del 2007, <www.eluniversal.com.mx/internacional/611111915.html>, [consultado el 1 de junio del 2007].
- Infodemex, Televisa, TV Azteca y Telmex, concesionarios perpetuos, 14 de abril del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=49702>, [consultado el 2007].
- Injusticia, Cuba, <www.injusticia.cubaweb.cu/coberturaCompleta/2002/sep1002mediatico.htm>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].
- Inter Press Service, Sobre Nosotros, <www.ipsnoticias.net/abouts/about.asp>, [consultado el 21 de febrero del 2009].
- Isasi, Mirari, “Los grandes medios están perdiendo su inmerecida credibilidad”, 7 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50564>>, [consultado el 20 de mayo de 2007].
- La Habana/Naciones Unidas (Agencias), Condena la ONU el bloqueo de EU a Cuba, 31 de octubre del 2007, <www.eluniversal.com.mx/notas/580950.html>, [consultado el 7 de noviembre del 2007].
- Lamrani, Salim, ¿Cambios en Cuba?, 19 de abril del 2008, <www.rebelion.org/noticia.php?id=66234> [consultado el 24 de abril del 2008].

- Lamrani, Salim, El fenómeno Yoani Sánchez, 26 de noviembre del 2009, <www.kaosenlared.net/noticia/el-fenomeno-yoani-sanchez>, [consultado el 30 de noviembre del 2009].
- -----, Hugo Chávez y los medios de comunicación privados, 10 de agosto del 2009, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=89851&titular=hugo-chavez-y-los-medios-de-comunicación-privados>> [consultado el 1 de septiembre del 2009].
- -----, Venezuela: Globovisión o la incitación a la insurrección, 1 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=52955&titular=venezuela-globovisión-o-la-incitación-a-la-insurrección->>, [consultado el 15 de julio de 2007].
- Lauría, Carlos y María Salazar Ferro, Blogueros rompen el silencio, 11 de septiembre del 2009, <<http://www.cubamatinal.com/Noticia.cfm?NoticiaID=13086>>, [consultado el 12 de septiembre del 2009].
- Le Monde, Una conspiración mediática derrocó a Allende hace 36 años, 16 septiembre 2009, <<http://salvadorallende.blog.lemonde.fr/2009/09/16/una-conspiracion-mediatica-derroco-a-allende-hace-36-anos/>>, [consultado el 10 de enero de 2012].
- Lee, Susana, Lo importante es decir la verdad sobre Cuba, 15 de junio del 2007, <www.rebelion.org/noticias/2007/6/52263.pdf>, [consultado el 28 de junio del 2007].
- Lendman, Stephen, El “New York Times” contra el presidente Hugo Chávez, 5 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=53167>>, [consultado el 15 de julio de 2007].
- León, Parda Miguel, La extinción del monopolio de Radio Caracas TV está impecablemente ajustada a derecho, 5 de junio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51818&titular=la-extinción-del-monopolio-radio-caracas-tv-está-impecablemente-ajustada-a-derecho->>, [consultado el 15 de junio de 2007].
- Leopardogris, El Golpe mediático contra Chávez, 12 de abril del 2002, <http://argentina.indymedia.org/news/2002/04/21420.php>, [consultado el 20 de mayo de 2007].
- López, Luis Felipe El SIP alerta de la influencia de Caracas en AL, 15 octubre del 2007, <<http://www.eluniversal.com.mx/internacional/55723.html>>, [consultado el 30 de octubre de 2007].
- López, Vigil, José Ignacio, La propiedad social de los contenidos, 25 de mayo 2007, <www.rebelión.org/noticia.php?id=51106>, [consultado el 30 de mayo de 2007].
- M. Enrique Noel, El golpe mediático, <http://www.lainsignia.org/2002/abril/ibe_130.htm> 26 de septiembre de 2006, [consultado el 20 de mayo de 2007].
- Manzaneda, José, La conspiración atmosférica de Occidente contra Cuba, versión Telecinco, 14 de febrero del 2008, <www.rebelion.org/noticias/2008/2/03205.pdf>, [consultado el 18 de febrero del 2008].
- Martínez, Martínez Ricardo, Radio Caracas Televisión (RCTV) pierde definitivamente la concesión, 22 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51213&titular=radio-caracas->

- televisión-(rctv)-pierde-definitivamente-la-concesión->, [consultado el 15 de mayo de 2007].
- Márquez, López Winston, Ahora el Norte sabe qué pasa en el Sur, 8 de mayo del 2007, <[http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50565&titular=ahora-el-norte-sabe-qué-pasa-en-el-sur->](http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50565&titular=ahora-el-norte-sabe-qué-pasa-en-el-sur-) [consultado el 20 de mayo de 2007].
 - Masseti, Santiago, La verdad sobre el Internet y los disidentes cubanos, 22 de julio del 2004, <[http://www.rebelion.org/noticia.php?id=2096&titular=la-verdad-sobre-internet-y-los-%22disidentes%22-cubanos- r](http://www.rebelion.org/noticia.php?id=2096&titular=la-verdad-sobre-internet-y-los-%22disidentes%22-cubanos-)>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].
 - -----, Los blogueros que atacan a Cuba, 26 de marzo de 2011, <http://www.prensamerocosur.com.ar/apm/nota_completa.php?idnota=5009>, [consultado el 28 de marzo de 2011].
 - Medios alternativos venezolanos, Medio bolivarianos alternativos, <<http://mediosbolivarianos.infor.ve/mediosalter>>, [consultado el 28 de agosto del 2009].
 - Mejía, Angelina, CIRT pide referéndum en reforma electoral, 13 de septiembre 2007, <<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/154149.html>>, [consultado el 20 de septiembre de 2007].
 - Mexico.inymedia.org, Encuentro de comunicadores indígenas, “medios; pueblos y Territorio”, 11 de agosto del 2009, <[http://www.eluniversal.com.mx/nacion/154148.html](http://www.rebelion.org/noticia.php?id=89907&titular=encuentro-de-comunicadores-indigenas:-“medios-pueblos-y-territorio”->, [consultado el 18 de agosto del 2009].
• Morales, Alberto, <u>Especialistas critican “campaña intimidatoria”</u>, 13 de septiembre 2007, <, [consultado el 20 de septiembre de 2007].
 - Notimex, México necesita abrir concesiones de Radio y TV: senador, 11 de septiembre del 2009, <<http://eleconomista.com.mx/notas-online/politica/2009/09/11/mexico-necesita-abrir-consecciones-radio-tv-senador>> [consultado el 12 de septiembre del 2009].
 - Nusa, Peñalver Juan Diego, Repercusión en prensa extranjera de las elecciones en Cuba, 23 de octubre del 2007, <http://www.cubainformacion.tv/index.php?option=com_content&task=view&id=2355&Itemid=65>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].
 - O Globo, Distribución de canales, <http://globotvinternacional.globo.com/distribuicao_canais_es.jsp>, [Consultado el 30 de mayo 2008].
 - Observatorio de Medios Venezuela, ¿Qué es el observatorio global de medios?, <www.observatoriodemedios.org.ve/que_es.asp>, 1 de junio del 2007, [consultado el 15 de junio de 2007].
 - Pardo, Gastón, Argenpress, La violencia política y la política de los medios, 11 de noviembre del 2006, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=41060&titular=la-violencia-politica-y-la-politica-de-los-medios->>, [consultado el 25 de mayo del 2007].
 - -----, Violencia política y la política de los medios, 11 de noviembre del 2006, <www.rebelion.org/noticias/2006//11/41660>, [consultado el 25 de mayo de 2007].

- Pérez, Betancourt Roberto, EE.UU.: armas mediáticas para reforzar la guerra económica, 15 octubre del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=> [consultado el 7 de noviembre del 2007].
- Piñero, Leda, Diosdado Cabello: Proceso contra emisoras continua, 5 de septiembre del 2009, <http://internacional.eluniversal.com/2009/09/07/pol_ava_diosdado-cabello:-pr_07A2711327.shtml>, [consultado el 8 de septiembre del 2009].
- Posse, Javier, Mapa de Medios: Cambia, todo cambia, 25 de abril de 2010, <<http://www.lineacapital.com.ar/?articulo=503>>, [consultado el 25 de abril de 2010].
- Prensa Latina, Chávez denuncia que CNN difunde planes golpistas en Venezuela, 6 de noviembre de 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=58585>>, [consultado el 17 de noviembre de 2007].
- -----, Defienden en Venezuela cese de concesiones a emisoras radiales, <http://www.prensa-latina.cu/index.php?option=com_content&task=view&id=114981&Itemid=1> 7 de septiembre del 2009, [consultado el 12 de septiembre del 2009].
- Prensa MinCI, El pueblo debe tomar la comunicación con sus propias manos, 21 de septiembre del 2009, <www.minci.gob.ve/noticias-nacionales/1/192153/el_pueblo_debe.html>, [consultado el 22 de septiembre del 2009].
- -----, La democratización del espectro radioeléctrico amplía los espacios de participación para el pueblo, 18 de septiembre del 2009, <http://mici.gob.ve/entrevistas/3192101/la_democratizacion_del.html>, [consultado el 22 de septiembre del 2009].
- Radio Ke Huelga, Horarios de transmisión, <<http://www.kehuelga.org/horario/>>, [Consultado el 12 de septiembre del 2009].
- Radio TYL “la mera mera...”, Historia de una lucha popular y su radio comunitaria, en Monterrey, <<http://radiolameramera.blogspot.com/2009/10/los-mensajes.html>>, [Consultado el 29 octubre del 2009].
- Radio Teocelo, Historia de Radio Teocelo, <<http://www.radioteocelo.org/index.html>>, [consultado el 12 de septiembre del 2009].
- Radiozapote, Radios libres: Radio Votan zapata: Transmite en vivo en el 89.1 FM chiapaneco, 20 de mayo del 2009, <<http://radiozapote.flujos.org>>, [consultado el 22 d septiembre del 2009].
- -----, Radios Libres: TODOS SOMOS CAMERO LA RADIO ES NUESTRA VOZ, 3 de junio del 2009, <<http://radiozapote.flujos.org/taxonomy7term/2>>, [consulado el 12 de septiembre del 2009].
- Ramonet, Ignacio, “Los medios son el aparato ideológico de la globalización”, 6 de octubre de 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=57283>>, [consultado el 15 de octubre de 2007].
- Ravensberg, Fernando, La BBC busca la pobreza en Cuba “No nos consideramos gente pobre”, 14 de noviembre del 2007, <http://www.cubainformacion.tv/index.php?option=com_content&view=article&id=2640:la-bbc-busca-la-pobreza-en-cuba-qno-nos-consideramos-gente-pobreq&catid=96&Itemid=200077>, [consultado el 27 de noviembre del 2007].

- Rebelión, El cineasta argentino Tristan Bauer propone que los estados sean dueños de los medios para crear una nueva televisión para América Latina y el mundo, 19 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51076>>, [consultado el 20 de mayo de 2007].
- Red ANDI América latina, Conexiones, <www.redandi.org/conheca_Rede.php5?L=ES> [consultado el 20 de mayo de 2007].
- Redacción Mundo, Chávez cuenta con más de 700 medios de comunicación, 9 de noviembre del 2009, <<http://www.cope.es/mundo/09-11-09--chavez-cuenta-mas-700-medios-comunicacion-103225-1>>, [consultado el 23 de noviembre del 2009].
- Revista Mujeres, ¿Quiénes somos?, <<http://www.mujeres.cubaweb.cu/revista.asp>>, [Consultado el 3 de septiembre del 2009].
- Santanderciadiviva.com, “Hay muchas cosas positivas que pasan en América Latina y que no se reflejan en la prensa europea”, 30 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=54289>>, [consultado el 10 de agosto de 2007].
- Serrano, Pascual, Como son las televisoras prohibidas por Chávez, 10 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=53348&titular=cómo-son-las-televisiones-prohibidas-por-chávez->>, [15 de julio de 2007].
- -----, “Cuba debería privatizar sus empresas para no ser maltratada por los medios”, 13 de julio del 2007, <www.rebelion.org/noticias/2007/7/53507.pdf>, [consultado el 9 de septiembre del 2007].
- -----, Democratizar los medios, ese gran reto, 4 de julio del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=52886>>, [consultado el 15 de julio de 2007].
- -----, El País y Cuba, pasamos el detector de mentiras a dos reportajes, 17 de julio del 2007, <www.rebelion.org/noticia.php?id=53717>, [consultado el 9 de septiembre del 2007].
- -----, Otro periodismo también es posible, 20 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=51120>>, [consultado el 25 de mayo de 2007].
- SIP, Informe sobre Cuba ante la SIP, 9 de noviembre de 2009, <<http://www.mambiaccion.com/2009/11/informe-sobre-cuba-ante-la-sip.html>>, [Consultado el 12 de noviembre del 2009].
- Somos jóvenes, ¿Quiénes somos?, <<http://www.somosjovenes.cu/index/semana/quienesom.htm>> [Consultado el 3 de septiembre del 2009].
- Telesur, Las frecuencias de radiodifusión son patrimonio de la humanidad, administradas por los Estados, para satisfacer el bienestar de sus pueblos, 21 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticias/2007/5/51142.pdf>> [consultado el 30 de mayo de 2007].
- -----, teleSUR es..., <www.telesurtv.net/noticias/canal/index.php>, [consultado el 15 de junio de 2008].
- Torres, López Juan, ¿Qué cierran en Venezuela una televisión crítica con el poder? ¡No me hagan reír!, 8 de junio del 2007, <<http://www.iade.org.ar/modules/noticias/article.php?storyid=1739>>, [consultado el 15 de junio de 2007].

- Toussaint, Eric Las luces y sombras en la Venezuela, bolvariana, <<http://aquevedo.wordpress.com/2009/10/12/luces-y-sombras-en-la-venezuela-bolivariana/>>, [consultado el 13 de octubre].
- Vigil, José Ignacio, La propiedad social de los contenidos, 25 de mayo 2007, <www.rebelión.org/noticia.php?id=51106>, [consultado el 2007].
- Vive TV, Lanzamiento de ALBA TV, 10 de mayo del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=50699>>, [consultad el 20 de mayo de 2007].
- Wilpert, Gregory, RCTV y la libertad de expresión en Venezuela, 9 de agosto del 2007, <<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=54702>>, [consultado el 15 de agosto de 2007].
- Zárate, Arturo, Proyectan terminar con el gasto millonario en “spots”, 6 de septiembre del 2007, <www.eluniversal.com>, [consultado el 20 de septiembre de 2007].
- Zunzun, ¿Quiénes somos?, <<http://www.zunzun.cu/new/quienes-somos.htm>>, [Consultado el 3 de septiembre del 2009].

Material audiovisual

- Bartley, Kim y Donnacha O'Briain, *Documental La revolución no será transmitida*, Radio Telefís, Éireann, 2003.