

El poder de los medios de comunicación en América Latina y las alternativas de resistencia

IGNACIO MEDINA NÚÑEZ*

Reseña del libro:
Latifundio mediático y resistencias sociales en América Latina
Rafael Cuevas Molina y Andrés Mora Ramírez
Editorial Universidad Estatal a Distancia (EUNED)
Costa Rica. 2016. 350 páginas.

Este libro se enfoca a un tema fundamental que ya había sido tocado por Manuel Castells en su libro *Comunicación y Poder* del 2009: “el poder se basa en el control de la comunicación y la información, ya sea el macropoder del estado y de los grupos de comunicación o el micropoder de todo tipo de organizaciones” (Castells, 2009: 23). Sobre temas parecidos, el mismo Castells ya se había referido en otros libros como el de la *Era de la Información* del 2000 y el de *Redes de Indignación y Esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*, publicado en el 2012.

De hecho, muchos se han entusiasmado con esta era de la Información a partir sobre todo del uso de la Web no solamente porque nos ha dado una gran posibilidad de utilizar la libertad de expresión sino también por el uso de ella en los medios digitales para alentar y promover los movimientos sociales frente a todos los desmanes de este capitalismo salvaje que estamos viviendo actualmente donde los ricos se hacen cada vez más ricos dejando a los pobres cada vez más pobres. Sin embargo, todo este margen de libertad ha sido aprovechado sobre todo por los grandes medios de comunicación con el objeto de permear en las mentes de los ciudadanos y llevarlos a opciones políticas de gobierno en regímenes oligárquicos bajo las reglas democráticas.

El tema del poder de los medios de comunicación y las alternativas que tienen los ciudadanos es el tema central del libro de Rafael Cuevas y Andrés Mora, enfocándolo especialmente a América Latina. Los autores de este libro enfatizan el concepto de LATIFUNDIO MEDIÁTICO, en donde ciertamente se confirma el gran poder que tienen dichos medios para modelar el tipo de política y economía que impera en todo nuestro mundo moderno y especialmente en el análisis que hacen los autores sobre nuestra región. El fenómeno se realza en esta etapa que Castells ha llamado Globalización a partir del auge de los medios electrónicos a finales del siglo XX pero los autores señalan acertadamente que se trata de un fenómeno más antiguo que viene desde la antigua comunicación oral y escrita a través de folletos y documentos, radio, televisión, cine... hasta los modernos medios electrónicos: “la historia de los medios de comunicación en América Latina y el Caribe se entretreje, inevitablemente, con los

* Director de la revista Contextualizaciones Latinoamericanas. Dpto. Estudios Ibéricos y Latinoamericanos. Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: medina48@yahoo.com

complejos procesos políticos y socioculturales a través de los cuales se han ido constituyendo las formaciones sociales latinoamericanas: en sus dinámicas de inclusión y exclusión, en sus desigualdades y sus déficits democráticos –que niegan la voz, la representación y la posibilidad de ser a amplios sectores de la población– (Cuevas y Mora, 2016: 7). En el marco de la democracia, todos tenemos derecho a la libertad de expresión, pero los grandes medios de comunicación masiva han sido apropiados por las fuerzas dominantes del capitalismo imperante para someter, incluso culturalmente, a grandes sectores de la población.

Este latifundio mediático excede los marcos de cada nación porque el poder de la globalización ha dado gran poder a tendencias transnacionales, debido a redes de poder que quieren configurar el mundo a través de la imposición, por ejemplo, del modelo neoliberal expresado en el Consenso de Washington o la doctrina del libre comercio. Se trata de un consenso que es producido, favorecido o fabricado, haciendo referencia al libro de Chomsky del 2004: *Fabricando el consenso. El control de los medios masivos de comunicación*. Por eso los autores citan con toda razón también a Jesús Martín Barbero quien afirma que “son cada vez más transnacionales las que dictan las normas que deben adoptar las políticas nacionales” (Barbero, en Cuevas y Mora, 2016: 33). Y por ello los autores enfatizan el caso de América Latina al señalar que “Estos procesos han reforzado aún más la inserción subordinada de América Latina al sistema global comercial de actividades de información y comunicación” (Cuevas y Mora, 2016: 35).

¿En qué medida es posible contrarrestar este latifundio mediático al servicio de los grandes intereses económicos del capitalismo depredador? Los autores no ven el poder dominante de los medios masivos de comunicación como algo invencible e imbatible, y por eso señalan, también desde un principio en la historia, la posibilidad de la comunicación alternativa. Ya el propio Castells mencionaba que en sus tiempos de juventud para desafiar la dictadura de Franco en España él y compañeros estudiantes se organizaban para difundir folletos con contenidos alternativos a la censura imperante en las butacas de los cines. Ahora son los tiempos del internet, del blog, de las redes sociales, etc. los que posibilitan una comunicación alternativa frente a la difusión que hacen los grandes monopolios de los medios masivos. Así han irrumpido los movimientos sociales en Seattle 1999 contra la Organización Mundial del Comercio y contra tantas reuniones mundiales de organizaciones que quieren imponer políticas impositivas de restricción y ajuste a los pueblos de todo el mundo. Los autores utilizan en

este sentido la frase de A. Mattelart de “devolver el habla al pueblo” (Cuevas y Mora, 2016: 38). En este sentido, no solamente hay que analizar todo el proceso de concentración de los medios sino también en cada país los procesos de comunicación alternativa expresados en determinados movimientos sociales.

El libro es un estupendo análisis sobre todo el proceso de monopolización de los medios masivos de comunicación: “El proceso de concentración de los medios que se inició en la década de los ochenta, y que en los casos extremos llevó al nacimiento de grandes oligopolios en América Latina, estuvo impulsado por el proceso de globalización neoliberal, que desató una feroz competencia” (Cuevas y Mora, 2016: 39). Así ha sido el caso de México con Televisa en donde los medios apoyan constantemente el *Status Quo* desde el punto de vista ideológico. Pero también hay casos específicos en contextos diferentes como la Venezuela de Hugo Chávez, el Brasil de Lula y Rousseff y la Argentina de los Kirchner en donde “los medios de comunicación privados pueden considerarse partidos políticos o, cuando menos, consorcios estrechamente imbricados con el poder político, que se esconden tras “la farsa y la máscara de la lucha por la libertad de expresión”, pero en el fondo esconden realmente la lucha por los intereses de la clase dominante a la que pertenecen” (Cuevas y Mora, 2016: 41). Es decir, en estos casos de gobiernos progresistas, el poder de grandes medios permaneció en las oligarquías, quienes, amparadas en el derecho a la libertad, pudieron utilizar la comunicación para atraer a grandes masas hacia la oposición a esos gobiernos. De hecho se ha mostrado que el ingente poder de estos medios llega a amenazar la vida democrática cuando amparados en la libertad de expresión ciertos personajes llegan a proponer el asesinato de dirigentes, el golpe de Estado o la movilización violenta contra las instituciones del Estado. Con los cambios de gobierno en Brasil y Argentina queda claro el papel que ha tenido el Grupo Clarín de Argentina y el O Globo de Brasil, mientras que sigue activo contra el gobierno de Maduro el Grupo Cisneros de Venezuela. Junto con Televisa son los grandes consorcios mediáticos de América Latina. Se trata de “grandes consorcios oligopólicos de la industria cultural y mediática, funciona como una red que abarca muy distintas empresas dedicadas la televisión (abierta, por cable o por satélite), a la prensa escrita (periódicos, revistas), la radio e internet, pero que va más allá de estos medios, incluyendo la industria del espectáculo (de música, teatro y circo, o eventos de motociclismo y automovilismo) y de suministros para la prensa escrita, como la importación de papel” (Cuevas y Mora, 2016: 45).

En estos cuatro países (México, Brasil, Argentina y Venezuela) tenemos el principal estudio de caso de este latifundio mediático, que se ha constituido con enorme

poder para facilitar el funcionamiento del capitalismo salvaje neoliberal. “Los medios de comunicación adquieren lugar central en la dinámica social general, especialmente a partir de la segunda mitad del siglo XX, al ocurrir la revolución de las comunicaciones y la tecnología que se encuentra en su base, y pasan a ocupar un lugar central en la estructura socioeconómica, tanto por el volumen de capital movilizado, como por ser el principal vector de articulación del consumo, en un volumen y ritmo de crecimiento indispensables para el funcionamiento del capitalismo contemporáneo” (Cuevas y Mora, 2016: 48-49). Y todo esto en conjunto intensifica el proceso que ya hemos visto en las últimas décadas: la concentración de la riqueza mundial en manos de unos pocos y el aumento de la pobreza y desigualdad para la mayoría de la población, en donde los medios expanden e intensifican el capital simbólico de las oligarquías justificando el sistema, interpretando y fabricando noticias a su manera y pagando a numerosos intelectuales para favorecer determinados candidatos o partidos. Muchísimos datos y análisis sobre el poder de estos grandes medios podremos encontrar en la lectura de este libro, para concluir, como dicen los autores, que “América Latina se asemeja cada vez más a un gran latifundio mediático, dominado por los poderosos grupos transnacionales de la comunicación y sus interlocutores regionales y transnacional” (Cuevas y Mora, 2016: 58), que hacen que el nuevo marco de democracia electoral después de la etapa de las dictaduras y los golpes de Estado sea solamente una democracia limitada y dirigida. En el caso de gobiernos progresistas en América Latina, de hecho, los grandes medios de comunicación privados se han presentado casi como una oposición golpista como lo ha sido en el siglo XXI los casos de Venezuela, Brasil y Argentina. En estos países se ha llegado a hablar del protagonismo de estos medios como si fueran un Partido de la Prensa Golpista. El libro analiza con detenimiento los casos de Venezuela (contra Hugo Chávez), Ecuador (contra Rafael Correa), Argentina (contra el gobierno de los Kirchner).

En el capítulo III se formula una pregunta fundamental: ¿es posible llegar a democratizar los medios? ¿Existen alternativas al imperialismo cultural desde la sociedad civil? Ciertamente tenemos un gran auge de la teoría contrafáctica en donde encontramos grandes propuestas de pensadores como Paulo Freire, Armand Mattelart, Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini,... que puestas en proyectos concretos podrían frenar esta ambición del *big brother* expresado por George Orwell en su novela 1984. Sin embargo, poco se ha avanzado. Se llegó a realizar la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información promovida por la Asamblea General de la ONU en Ginebra 2003 y en Túnez 2005 con un debate multilateral sobre la información y la comunicación, pero incluso en ella siguen teniendo un gran peso corporaciones

privadas como Siemens, Bell, Motorola, Alcatel, Ericsson, AT&T, etc. Con ello, en la práctica, la democratización de los medios parece más bien un sueño periclitado.

Pero el capítulo IV se detiene en analizar la comunicación alternativa y el internet, en donde parten del hecho de que hoy en día es imposible controlar todo el flujo de la información. Y por ello afirman que “La apropiación crítica y creativa que de la internet y la convergencia digital están realizando especialmente los movimientos sociales, por medio de distintas iniciativas de comunicación alternativa, a veces en forma sistemática y organizada, y a veces a través de esfuerzos un poco más aislados y coyunturales” (Cuevas y Mora, 2016: 108). Por ello analizan algunas expresiones de la construcción contrahegemónica y con ello no hay un pesimismo ante el latifundio mediático sino una esperanza de encontrar tantas experiencias de comunicación alternativa y producir otras nuevas en lo que Martín Barbero definió como un nuevo *ecosistema informativo* para construir una globalización desde abajo con un contrapoder mediático. Se afirma con toda certeza que para los nuevos movimientos sociales la comunicación articulada con nuevas tecnologías es una condición de su propia existencia promoviendo no tanto una democracia representativa sino participativa para lograr una redistribución del poder a manos de las comunidades locales; el internet también ha servido para la re-territorialización de la protesta, la diversificación de las formas de acción y la articulación transversal de las reivindicaciones sociales. El texto de Castells (2012) también sobre las redes de indignación y protesta es extraordinario al expresar las potencialidades de estos movimientos cuando el ciudadano se convierte en creador y generador de contenidos. Este libro que reseñamos nos habla específicamente de numerosos casos latinoamericanos de comunicación alternativa, pero con bastante detenimiento el capítulo IV analiza el significado con sus posibilidades y limitaciones de los importantes casos como opciones frente al discurso dominante por parte de Telesur (con la participación de Bolivia, Cuba, Ecuador, Uruguay y Venezuela en el 2005) y del EZLN en México donde este movimiento indígena fue pionero al utilizar las herramientas y ventajas de la red.

En contraparte, el capítulo VI dedica su atención a CNN (Cable News Network) propiedad de Ted Turner con sede en Atlanta, a Univisión y Telemundo, como medios transnacionales y poderosos aparatos ideológicos que pretenden permear la cultura de América Latina acorde con uno de los poderes centrales del capitalismo contemporáneo expresado en el campo comunicacional en donde más que programas de información lo que nos invade parece ser en muchas ocasiones una propaganda disfrazada. Estas agencias, aunque se presentan

como difusoras de hechos noticiosos en realidad lo que presentan es la percepción distorsionada de sólo un punto de vista sobre los hechos. En la guerra de USA contra Irak, CNN dedicaba el 90% del tiempo a justificar la visión del gobierno de G. Bush mientras que solamente dedicaba el 0.6% de su tiempo a la perspectiva del mundo árabe; los declarados enemigos de los Estados Unidos son declarados abiertamente como terroristas. Univisión y Telemundo por su parte son un periodismo amarillista transnacional con el único objetivo de vender. “Quienes manejan los medios han adquirido una importante cuota de poder que no emana de la soberanía popular sino del dinero, y responde a una intrincada madeja de relaciones entre los medios informativos y de comunicación y las más grandes corporaciones transnacionales” (Cuevas y Mora, 2016: 199).

Finalmente el capítulo VII, el último del libro, está dedicado a los grupos mediáticos en Centroamérica, donde se afirma que Janus y Rockwell acertaron al diagnosticar el sistema de medios en Centroamérica como “*un sistema cerrado en el que reducidas élites, con influencia política, controlan el contenido y la difusión de las noticias*”; es decir, un esquema bajo el cual no solo se niega la posibilidad de que “*una multitud de voces se exprese y que diversos actores participen del debate público y democrático*”, sino que además se puede llegar a ceder “*por completo el poder político a las élites que controlan los medios*” (En Cuevas y Mora, 2016: 201). El área centroamericana sigue siendo una región en donde se distingue el profundo atraso socioeconómico de 4 países (Guatemala, El Salvador, Honduras y Nicaragua) frente a las mejores condiciones de desarrollo humano en Costa Rica y Panamá, pero en todos se expresa “la consolidación de los grupos mediáticos centroamericanos y su control de los mercados de la comunicación y las industrias

culturales ha avanzado, pues, de la mano de las reformas neoliberales de los últimos 25 años” (Cuevas y Mora, 2016: 208). Los autores dedican un espacio de análisis a cada país centroamericano, deteniéndose un poco más en Costa Rica, pero señalando que el latifundio mediático en Centroamérica tiene un derecho de “picaporte”, que significa la facilidad de acceso y comunicación de los medios con las altas autoridades del país, desde donde definen luego sus agendas particulares presentándolas como si fueran el interés nacional en los medios de difusión. Y dichas agendas particulares son las de las clases hegemónicas, grandes empresarios y terratenientes.

Por último, el apartado de las conclusiones generales de los autores podemos imaginarlo a partir de lo tratado en los capítulos que componen este escrito. Se trata de un libro bien documentado, un libro con lúcidos análisis sobre los procesos de los medios de comunicación en América Latina, con numerosos estudios de caso en donde tenemos que reconocer que es inmenso el peso que ejerce este latifundio mediático a favor de los grupos dominantes de este capitalismo salvaje que vivimos: La comunicación moderna, “De ser potencialmente un importante instrumento de educación, pasa a ser un agente de alienación en el que los valores se trastocan, colaborando al deterioro que vive la sociedad en materia de convivencia” (Cuevas y Mora, 2016: 250). Sin embargo, también se visualiza un camino tal vez utópico de una comunicación alternativa desde abajo. En esta utopía que refleja la lucha por una participación más activa de los actores de la sociedad civil en una posible democratización de los medios, los autores retoman la idea de Eduardo Galeano: ¿Para qué sirve la utopía? Nos puede servir para caminar y avanzar.