

LAS RELACIONES GOBIERNO-PRENSA Y EL GIRO POLÍTICO EN AMÉRICA LATINA

por Philip Kitzberger*

I. Introducción

Con el cambio de siglo emergieron, en una buena parte del continente, gobiernos identificados en consignas y programas de izquierda y, entre algunos de ellos, formas y prácticas de estilo populista. ¿Cómo afectó esta novedad política los patrones de relación entre gobierno y medios periodísticos? Los gobiernos de Hugo Chávez, Evo Morales, Néstor Kirchner, Tabaré Vázquez, Luiz Inácio Lula da Silva, Ricardo Lagos o Rafael Correa acumulan todos numerosos episodios públicos y subterráneos de conflicto con la prensa. ¿Hay en ello alguna novedad o se trata de una conflictividad que no se diferencia de experiencias políticas de otro signo en la región?

La década del noventa ha sido el escenario de grandes cambios en la escena mediática y su relación con los sistemas políticos. El giro hacia el mercado, la secularización política de los medios y la expansión de un *ethos* profesional del periodismo que se tradujo en la identificación con el ideario liberal anglosajón de la neutralidad y el control del gobierno, son todos rasgos que redundaron en un significativo distanciamiento entre prensa y política. En América Latina, como en el resto del mundo, ha tenido lugar un proceso, con frecuencia interpretado como uno de homogeneización o de americanización, en el cual la política, y en particular los gobiernos, son narrados desde el discurso autónomo del periodismo, el cual, con su pretensión de representar a la opinión pública, se ha vuelto dominante en la arena de los medios masivos. La identificación con el ciudadano y con un “interés general”, la desafección partidista, la decreciente deferencia ante la “clase política”, el rol vigilante, la personalización o la reducción de las categorías políticas a las reglas de la moral privada serían algunos de

* Profesor del Departamento de Ciencia Política y Estudios Internacionales de la Universidad Torcuato Di Tella e Investigador del CONICET. E-mail: pkitzberger@utdt.edu.

los rasgos de este discurso¹. Los efectos sobre la salud del sistema político y la gobernabilidad de esta narrativa emergente son controvertidos.

En América Latina, más allá de variaciones de grado, estas transformaciones se han hecho visibles en el auge del ideal profesional del “periodismo de investigación” en la década pasada. Expresiones como “la política del escándalo” surgieron como caracterización del nuevo patrón de relaciones. Los gobiernos de Collor, Menem o Fujimori son recordados por el grado de conflictividad desplegada en su relación con la prensa y reflejan cómo los medios periodísticos han ido asumiendo un rol institucional en el proceso político que los demás actores ya no pueden ignorar. La nueva arena institucional de los medios, con su propia lógica autónoma, es capaz de determinar el destino o la vida de un gobierno (Pérez Liñán 2007, Waisbord 2000).

Esta nueva conflictividad entre medios periodísticos y gobierno parece estar instalada. Sin embargo, en los últimos años, a la lógica tensional establecida en la década neoliberal, parece haberse sumado, en algunos casos, la lógica propia de una repolitización que se ha expandido en la región.

Algunas interpretaciones sugieren que en los países de América Latina en los que hubo un giro político hacia la izquierda y/o el populismo, los opositores a las agendas reformistas de las nuevas experiencias políticas, despojados y huérfanos de otros instrumentos políticos, han refuncionalizado a los medios como “grupos de combate en la línea del frente” en una amarga lucha por “los corazones y las mentes” en la que estrategia dominante es erosionar y denegar legitimidad y, por ende, autoridad de los nuevos liderazgos políticos regionales (O’Schaughnessy 2007).

¿En qué medida pesan en los patrones que asumen las relaciones gobierno-prensa en los casos latinoamericanos que están viviendo el mencionado giro, el *trend* global hacia la convergencia, de un lado, y factores políticos como la reaparición de opciones de izquierda y populistas, del otro? ¿Cómo conviven y se combinan ambos procesos?

Las páginas que siguen constituyen un intento de exponer y ordenar algunas observaciones sobre la estructuración y dinámica de las relaciones entre el campo periodístico y algunos de los gobiernos identificados en las variantes

¹ “El cambio ha variado en forma y extensión, pero parece haber sido generalizado a través de las fronteras nacionales (...). Ha implicado la creación de un discurso periodístico diferenciado de los discursos de los partidos y los políticos, la concepción de los medios como un guardián colectivo del poder público y la concepción del periodismo como representativo de una opinión pública generalizada que atraviesa las líneas de los partidos políticos y los grupos sociales” (Hallin y Mancini 2004: 271-272).

de la nueva izquierda latinoamericana. La evidencia disponible sobre los casos de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador y Venezuela es heterogénea y poco sistemática. Ello obliga a advertir que las afirmaciones comparativas deben ser consideradas provisorias y como un primer paso hacia la construcción de hipótesis y generalizaciones más sólidas.

II. Profesionalismo periodístico, prensa partisana, oposición y estructuración del público

La modernización mediática y su correlato en cuanto al establecimiento de la ideología profesionalista como guía de una práctica periodística basada en el apego a la investigación y la facticidad ha hecho importantes avances en la región. Sin embargo, sus alcances reales deben ser relativizados y matizados según los casos. Esta debilidad se debe, de un lado, a factores estructurales como la persistente debilidad de los mercados mediáticos, lo cual conlleva que en muchos ámbitos regionales los medios siguen dependiendo de mecenazgos directos que conciben a los medios como instrumentos de sus intereses inmediatos. De este modo, más allá de la retórica, el ejercicio del periodismo según las reglas del campo profesional choca con imposiciones heterónomas. En general, y pese a la expansión de un *ethos* profesionalista, las defensas contra presiones corporativas, empresariales, políticas e ideológicas del periodismo siguen siendo comparativamente débiles (Pérez Liñán 2007). En otras palabras, en diferentes grados según los casos nacionales, las reglas reales que regulan y gobiernan la práctica periodística siguen subordinadas a otras lógicas sociales como el mercado o el clientelismo político. En un relevante estudio comparativo, Daniel Hallin y Paolo Mancini han sugerido que pese a la convergencia global de los sistemas de medios, persisten fuertes rasgos particulares que deben ser explicados observando la estructuración de los mismos en su fase genética. En el caso de América Latina (de un modo que la emparenta con los países del sur de Europa), esta *path dependency* ha deparado una amalgama entre comercialismo, “desregulación salvaje” y prácticas instrumental-clientelares entre actores corporativo-políticos y actores mediáticos².

² “El que el Estado jugara un rol central en la economía es crucial para comprender por qué los capitalistas están tan fuertemente involucrados en política que gastarán su dinero lanzando o comprando periódicos: la influencia política es crucial para el éxito en los negocios” (Hallin y Papathanassopoulos 2002: 184). El fuerte rol regulador del Estado no es patrimonio exclusivo de la región. Sin embargo, en un contexto donde las reglas universalistas pesan menos que las presiones particularistas o los lazos clientelistas en la asignación de

¿Cómo ha impactado esta ambigüedad del campo periodístico en los contextos políticos de giro hacia el populismo o la izquierda?

Un primer tipo lo constituyen Bolivia y Venezuela. Estos dos casos muestran la emergencia de gobiernos que, mediante apelaciones de carácter populista, lograron movilizar amplias mayorías —el primero desde un movimiento social previo, el segundo desde arriba— previamente excluidas del sistema político. Comparten adicionalmente el recurso sobre recursos naturales cuyo control desde el Estado les permite desafiar a unos sectores medios y altos a los que presentan como opuestos al pueblo. En este marco general, se trata de los dos casos más virulentos de identificación de la prensa en el rol opositor.

Desde su llegada a la presidencia de Bolivia, Evo Morales ha acusado a los medios de opositores, racistas, conservadores, y de ser instrumentos de intereses poderosos y minoritarios. Estas acusaciones implican un cuestionamiento a las prácticas profesionales como permeables a los intereses político-empresariales de los propietarios de los medios³. Pese a sus temores y pese a la desconfianza frente al estilo populista del gobierno de La Paz, las principales organizaciones internacionales de prensa han debido admitir que las prácticas de los medios periodísticos en Bolivia no resisten una evaluación según estándares profesionalistas. El Comité para la Protección de Periodistas (CPJ) afirma, por ejemplo, que “los medios bolivianos se han vuelto vulnerables” a las críticas del gobierno en el sentido de cubrir sesgadamente y favorecer intereses poderosos, “al permitir deslices éticos y bajos estándares de calidad” (Lauría 2007). Incluso la más conservadora Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) admite que “algunas de las críticas del gobierno pueden estar justificadas por el trato parcializado a la par de irresponsable que, especialmente, algunos canales de televisión y algunas señales de radio, dan o dieron a determinadas informaciones”⁴.

El periodismo boliviano no puede sustraerse, en general, a la lidia planteada desde la llegada al gobierno del MAS. En un país donde la divisoria go-

recursos, el control sobre un medio de comunicación se vuelve un recurso clave por medio del cual obtener beneficios como la asignación selectiva de la ley. Del otro lado, la capacidad de asignación selectiva constituye un instrumento clave para domesticar u obtener lealtad en el control de lo que se hace público. Un rasgo importante asociado a esta subordinación instrumental de los medios es el bajo grado de desarrollo del periodismo como profesión autónoma.

³ “El sistema capitalista usa a los medios en contra del gobierno (...) A nivel de los periodistas, ellos simpatizan conmigo; son los dueños quienes están en campaña contra mi gobierno” afirmó Evo Morales en una entrevista (Lauría 2007).

⁴ *Informe de 63a Asamblea General de la SIP*, Miami, octubre 2007, disponible en <http://mercury.websitewelcome.com>.

bierno-oposición se superpone a rupturas de clase, étnicas y regionales, los periodistas de los medios opositores son identificados, y en ocasiones hostigados, como agentes de las élites o de la causa autonomista por los militantes masistas, mientras los trabajadores de los medios estatales, alineados con el gobierno, sufren dificultades y corren riesgo físico cuando se encuentran en ámbitos predominantemente opositores como Santa Cruz de la Sierra.

En Bolivia se han combinado dos elementos. Se trata de una sociedad en donde política, intereses económico-empresariales y medios constituyen campos escasamente diferenciados y en cuyos vínculos priman la informalidad y el instrumentalismo (Cfr. Sivak 2008). Simultáneamente la élite cruceña se ha replegado, dada la pérdida de influencia en el Estado central que significó el ascenso político del MAS, a una oposición basada en la defensa radicalizada de la causa autonomista (Eaton 2007). Las coberturas políticas de *Unitel*, la cadena de televisión propiedad de una poderosa familia terrateniente de Santa Cruz, constituyen una patente ilustración de ambos factores.

El ejemplo venezolano constituye otro caso de debilidad del campo profesional en el cual el funcionamiento del periodismo se subordinó a la politización que siguió al ascenso de Hugo Chávez a la presidencia. Con posterioridad a los disturbios de 1989 recordados como el “Caracazo”, los medios masivos venezolanos asumieron un rol de críticos frente a los partidos que dominaban el sistema político desde el pacto de Punto Fijo. Contribuyendo a un vacío político que a la vez los fortalecía como actores, los medios enarbolaron entonces las demandas de cambio y se erigieron en “defensores del pueblo” en clave de una denuncia persistente de la irrepresentatividad y corrupción de la vieja clase política perteneciente a Acción Democrática y Copei (Cañizález 2003). De ese modo, el poder mediático tuvo un rol importante en la gestación del clima de “insatisfacción con el sistema político que, eventualmente, condujo a la elección de Chávez” (Mayorbe 2002). Si bien, salvo excepciones, no le dieron su apoyo durante la campaña electoral de 1998, los medios periodísticos tuvieron una inicial “luna de miel”, bajo el signo de sus promesas de cambio, con el nuevo gobierno. El principio de un distanciamiento comenzó con los aludes de fines de 1999 en el estado de Vargas, cuya cobertura periodística enfatizó la inacción gubernamental en el auxilio a las víctimas y generó las primeras reacciones de Chávez contra los medios. De ahí en más se iniciaría una escalada de acciones y reacciones entre el gobierno bolivariano y la prensa que convertirían el caso venezolano en el paradigma de las relaciones polarizadas y partisanas.

“Los valores profesionales sufrieron un retroceso a estándares de principios del siglo XIX hacia el año 2000, cuando la prensa masiva venezolana abrazó con vehemencia la tarea de confrontar al populista Hugo Chávez en vez de

cubrir los hechos en forma balanceada” (Pérez Liñán 2007: 83). Es complejo dar cuenta del proceso que condujo a que la prensa política periodística venezolana a ocupar un rol eminentemente partisano u opositor. La lógica de la polarización hace difícil asignar causas iniciales o responsabilidades.

No se trata de un proceso lineal en el que existía un periodismo profesional que por obra de factores a él externos lo condujo a transformarse en expresión política de la oposición, sino de una previa debilidad de los valores profesionales que se evidencia en las situaciones críticas y que, por lo tanto, potencian la propia polarización⁵.

Ese camino hacia el lugar manifiesto de oposición estaría marcado por las reacciones a acciones gubernamentales de variada naturaleza entre las que pueden enumerarse sumariamente la costumbre presidencial de criticar y cuestionar en sus apariciones televisivas a medios y periodistas, medidas regulatorias—como un artículo introducido en la Constitución de 1999 o la posterior Ley de Responsabilidad Social, ambas interpretadas como calificaciones de contenido potencialmente restrictivas de la libertad de prensa y de intención retaliatoria—y los avances de los medios estatales de función propagandística sobre los privados. Es indudable que este repertorio pesó en la gestación de una percepción de la Revolución Bolivariana como portadora de una visión en conflicto con los estándares internacionales aceptados en materia de medios y periodismo.

A la vez que Chávez comienza a confrontar públicamente con periodistas y propietarios de medios como enemigos del pueblo y del proyecto bolivariano y dada la orfandad de oposiciones político-partidarias organizadas, los medios privados van constituyéndose paulatinamente en aglutinador de las voces opositoras (Tanner Hawkins 2003).

La escalada llegó a un punto álgido cuando, en abril de 2002, como correlato de una larga huelga de directivos de la petrolera estatal PDVSA. El despido de éstos últimos por el presidente desde la pantalla oficial, desató una serie de protestas y huelgas masivas, motorizadas por sectores empresariales y sindicales, las cuales recibieron una cobertura donde los voceros opositores dispusieron en forma acrítica de cámaras y micrófonos por el conjunto de los medios privados “dentro de una estrategia comunicacional destinada a demostrar la contundencia del paro” (Cañizález 2003: 35). El 11 de abril, el gobierno buscaba contrarrestar el acoplamiento de la pantalla al movimiento opositor imponiendo “cadenas” oficiales, los canales privados burlaron la medida par-

⁵ “Las expresiones más evidentes de la [abierta posición opositora] se han dado justamente en momentos de agudización de la crisis política, momentos en los cuales la ciudadanía debería haber contado con una cobertura informativa equilibrada” (Cañizález 2003: 34).

tiendo la pantalla. Ese mismo día una coalición de empresarios y militares depusieron al presidente afirmando que éste había renunciado, una versión que no fue cuestionada por los medios privados, mientras grupos ligados a la intentona bloqueaban la transmisión de las emisoras públicas. En las horas y días siguientes silenciaron los pronunciamientos militares y las masivas manifestaciones y disturbios en las calles de Caracas en defensa de Chávez durante la crisis (Cañizález 2003)⁶. El desarrollo y desenlace de la crisis que concluyó con el retorno de Chávez al Palacio de Miraflores estuvo en buena medida constituido por la pugna entre aliados de Chávez y golpistas por el control de la información que llegaba a la opinión pública venezolana⁷. En diciembre de 2002 y enero de 2003 la crisis tendría un nuevo coletazo de la mano de un “paro cívico” que exhibiría la situación inusitada en la que quedaron los medios periodísticos al suspender los medios radioeléctricos su programación regular durante dos meses y achicarse la prensa gráfica para dedicarse exclusivamente al paro.

A partir de la crisis 2002 la relación del gobierno con los medios marcharía a la par de la profundización y radicalización del proceso político venezolano. De parte del gobierno se ampliarían las escaladas verbales en las que los medios privados serían inexorablemente moteados de *golpistas*, acusados de practicar *terrorismo mediático* y tildados de ser *instrumentos del imperialismo*, entre otras cosas. Paralelamente el gobierno ampliaría los espacios de medios públicos con programación dedicada a responder la politizada cobertura de espacios periodísticos de los medios privados en los que el periodismo se percibe y presenta como un bloque luchando contra una tiranía que amenaza a la libertad⁸. Esta divisoria de aguas de medios privados y opositores o públicos y gubernamentales, profundizó la alteración de las rutinas profesionales del periodismo en los medios opositores. Las relaciones entre fuentes y periodistas de los medios privados se fueron cortando en virtud de la creciente preferencia del gobierno de comunicar directamente. Desde los medios privados el periodismo se limita a responder con sus relatos y opiniones aquello que observan en los medios públicos.

Otros rasgos muestra el caso de Brasil de cara a los grados de profesionalismo o partisanismo mostrados por la prensa periodística. Se trata, en primer lugar,

⁶ Ha habido muchas controversias sobre el comportamiento de los medios y el periodismo durante la crisis política. Para una enumeración de materiales y bibliografía consultar Tanner Hawkins (2003: nota 71).

⁷ Cfr. “Falta de Comunicación en la Crisis Política Venezolana”, *Reporte de la Misión de la Federación Internacional de Periodistas en Caracas*, junio 2002.

⁸ Si bien no existen restricciones estatales a la libertad en su labor, los periodistas denuncian que los ataques y amedrendamientos físicos ocurren con frecuencia como consecuencia de grupos chavistas que se hacen cargo de los deseos y embates que el presidente hace públicos.

de un sistema político competitivo. En segundo lugar, Brasil posee una sociedad civil mucho más compleja y diferenciada en la que las distinciones duales son menos verosímiles como descripciones sociales aglutinantes, condicionando la partición y polarización del espacio público mediático, como las que permiten Bolivia o Venezuela. En tercer lugar, Brasil posee una estructura de medios masivos privados muy amplia, federalizada, diferenciada y sustentada en un mercado grande. Esta estructura de medios comerciales sometidos a una fuerte presión competitiva se traslada a su vez a la arena periodística. Esta situación está en la base de una práctica periodística que desde la transición a la democracia se ha mostrado sumamente agresiva y propensa a buscar la denuncia de corrupción en el ámbito de la política. El rol de los medios en el proceso que culminó en el *impeachment* a Fernando Collor de Melo multiplicó un afán que no se explica sólo en la emergencia de un periodismo independiente y profesional, sino en la presión experimentada por los periodistas, en tanto el escándalo y la denuncia se han constituido en un verdadero negocio editorial (Waisbord 2000). En tal sentido, el profesionalismo y el comercialismo de las organizaciones periodísticas brasileñas no parecerían discriminar por variables de tipo político-ideológico. En el trato periodístico a las autoridades políticas parecerían dominar motivaciones eminentemente económico-profesionales.

Sin embargo, ha sido observado que el gobierno del PT, y el Presidente en particular, han sufrido un trato que va más allá, por parte de reporteros y cronistas. Este maltrato de los periodistas debería ser diferenciado a su vez de las críticas al gobierno del PT de los columnistas y formadores de opinión que ocupan los lugares de prestigio en prensa, radio y televisión. Según Bernardo Kucinski, un periodista veterano y académico que ha sido uno de sus principales asesores de medios en la gestión de gobierno, el sesgo de la prensa en la cobertura del gobierno del PT se explica por dos tipos de factores. En primer lugar el periodismo brasilero hizo pesar sus prejuicios de clase media en la cobertura del presidente, de origen popular, al que juzgan por su forma de expresión usando como parámetro una noción de saber académico. “Los periodistas no aceptan un líder político que no tenga diploma”. El episodio que reflejó y cristalizó esta mirada está dado por la nota del *New York Times* y todo el juego de repercusiones domésticas en que se hablaba de la propensión del Presidente al abuso de alcohol. Siguiendo a Kucinski, este rasgo particular se combina y potencia con el rasgo general de la presión del mercado laboral que sufren los periodistas del Brasil, conducente al “denuncismo” indiscriminado. La competencia y la presión los lleva a tender así a una postura homogénea. “Siendo todos iguales, todos corren menos riesgo. ¿Y cuál es la postura igual? Todos encuentran que el gobierno de Lula es corrupto, todo lo que los ministros hagan es

sospechoso y cualquier cosa que se haga debe tener alguna que otra cosa por detrás” ... ellos no hacen eso porque los mandan, “ellos hacen eso porque están poseídos por un sentimiento genuino de indignación. Ellos se sienten parte de una cruzada moral”. Se sienten parte de una generación con la misión de derribar un gobierno corrupto. Todo periodista se siente en la obligación de hacerlo. Los medios están obcecados en la denuncia (Sosnovski 2006).

Si se compara con el caso de Bolivia, la instrumentalización por parte de los propietarios de los medios es aquí, en todo caso, indirecta, a partir de la dosificación de un tipo de discurso que el periodismo produce como un automatismo.

La situación de la prensa periodística en la Argentina también muestra matices propios. A fines de la década del noventa, el periodismo argentino había alcanzado —quizás con el asesinato del fotógrafo José Luis Cabezas como punto cúlmine— un grado inusitado de protagonismo y prestigio frente a una clase política a la defensiva. En los albores del derrumbe político de 2001, el sentimiento de indignación y propensión a identificar a la “clase política” como un sujeto esencialmente corrupto, pasó a formar parte del discurso dominante de un periodismo que, con anterioridad y posterioridad a la crisis del “que se vayan todos”, se acopló, perdiendo autonomía respecto de su audiencia compuesta mayormente por la clase media que inundó las calles en diciembre de 2001 (Cfr. Levy Yeyati y Valenzuela 2007).

La crisis de representación tendría secuelas de peso en las disputas del gobierno de Néstor Kirchner con la prensa ante la opinión pública. Durante su presidencia, la estrategia de Kirchner —un gobernador patagónico hasta entonces poco conocido por el público más amplio— de cara a estos sectores medios fue presentarse como una “renovación de la política”. Sea por un imperativo profesionalista de sospechar de la política o por oposición político-ideológica, el experimento kirchnerista de regeneración chocó repetida e incrementalmente con un periodismo, clave en la comunicación con estos sectores medios urbanos fuertemente desafectados de la política, que lo reflejaba como “más de lo mismo”. Más allá de la oposición de rasgos más bien ideológicos que enfrentó al gobierno, incluso desde antes de asumir, con el conservador diario *La Nación*, y más allá de las adhesiones por afinidad de un sector importante de los trabajadores de prensa identificados en el “progresismo”, el periodismo, en tanto categoría profesional se percibió amenazado por un gobierno nacido de la crisis de la política y decidido a operar sobre la opinión pública. Por encima de la mediáticamente repetida cuestión de la discrecionalidad en la distribución de la pauta de publicidad oficial para disciplinar a los medios hubo otros aspectos relevantes de la actitud del nuevo gobierno hacia la prensa que incidieron en la irritación del periodismo. El primero consistió en la estrategia gubernamental

de buscar espacios de comunicación directa, sortear al periodismo y sostener públicamente la legitimidad de esta forma de contacto público. En una entrevista, el Secretario de Medios del gobierno sostuvo: “Lo que pasa es que los periodistas no entienden que el Presidente tiene un estilo ... El Presidente se comunica directamente con la gente. También es un acto de soberbia de algunos periodistas decir que Kirchner comete un error porque carece de intermediación. Eso es lo que les duele a los periodistas: dejaron de ser intermediarios necesarios”⁹. En segundo lugar, el gobierno optó, a diferencia de todos sus antecesores, por un fuerte control vertical de las fuentes. Este es quizás el mayor “desafío profesional” a la “necesidad cotidiana de obtener noticias”. Un periodista veterano sostiene que el hábito político de disputar las diferencias internas a través de los medios proveía al periodismo de sus fuentes y estructuró, de este modo las relaciones entre periodistas y políticos en la Argentina. “Pero llegó el kirchnerismo y las cosas cambiaron. El estilo cerrado, receloso y compartimentado que impuso Kirchner modificó las reglas de este juego” (Blanc 2007). Por último, el presidente buscó en frecuentes ocasiones la confrontación pública y directa con periodismo. Desafiando la autopresentación del periodismo como portador de una “visión independiente de los acontecimientos”, el kirchnerismo intentó colocar al periodismo como el vocero de un relato más, sospechoso de ocultar sesgos, intereses e ideologías, al cual el gobierno tiene el derecho de contraponer el propio. En síntesis, las estrategias de ejercicio de un mayor control sobre la producción de noticias como los cuestionamientos públicos a la voz de la prensa, se expresaron en malestar que trascendió, y en algunos casos potenció, la crítica periodística marcada por diferencias ideológicas.

El caso de Chile muestra un escenario menos crispado en cuanto al comportamiento de los medios. Una de las razones de ello puede estar vinculada al que la oposición posee una sólida expresión partidaria. Por otro lado, como es sabido, los dos presidentes socialistas de la gobernante Concertación no confrontan en clave populista buscando formas de comunicación directa. Sin embargo, desde sectores cercanos al gobierno se oyen numerosas quejas en cuanto al sesgo de los medios periodísticos, tanto en cuanto a su proclividad a beneficiar a las voces más conservadoras de la sociedad como a su propensión a favorecer temas redituables a la derecha política como seguridad y delincuencia¹⁰. El momento de mayor tensión entre gobierno y prensa se produjo en septiembre de 2005 a raíz de una nota publicada en *El Mercurio* en la que se sugería la

⁹ “Los periodistas ya no son intermediarios necesarios”, *La Nación*, 4/2/2007

¹⁰ “La prensa chilena en la era Bachelet”, en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, Nº 98, junio de 2007.

existencia de favores nepóticos en las contrataciones gubernamentales bajo la presidencia de Ricardo Lagos. En una carta privada de éste a Agustín Edwards, el editor del tradicional e influyente diario, expresa la impresión de que el periodismo practicado no es imparcial ni políticamente neutral¹¹. Curiosamente, la decisión de *hacer público* el enojo presidencial con la prensa corrió por parte de la prensa: pese a que se trató de una carta privada al editor, *El Mercurio* decidió publicarla para mayor enojo del presidente. Como se verá más adelante, en general han sido los presidentes los que han optado por el *going public* como estrategia en sus conflictos con la prensa.

Es complejo discriminar los matices y las motivaciones de la cobertura crítica del periodismo. El periodismo dominado por intereses instrumentales políticos o económicos, el comercialismo extremo que deriva en una verba populista antipolítica, la defensa corporativa ante la percepción de amenaza o el reportero que orienta su labor en función del mito de Watergate, pueden estar presentes en forma entremezclada y en proporciones variables en tanto motivaciones subyacentes a las prácticas de la prensa. En países con mercados de medios pequeños y débiles como Bolivia, el ejercicio orientado por motivaciones profesionalistas parece más difícil. En mercados de medios relativamente más desarrollados como Argentina, y en mayor medida aún, en Brasil, parecería haber mayores posibilidades aunque éstas fácilmente pueden naufragar ante la presión de un extremo comercialismo.

Lo cierto es que, con independencia de las causas, los gobiernos de la nueva izquierda en América Latina han tendido a identificar a la prensa como actor opositor. Es cierto que esta identificación de rol no ha sido exclusiva de la izquierda y del populismo. Menem, Collor, Fujimori antes, y Uribe o Fox más recientemente han sabido ver en el periodismo un oponente que los desafía en su relación con la opinión pública. Pero lo distintivo de las experiencias políticas en cuestión es que, además de una mayor intensidad de la prensa en términos de posicionamiento opositor, los gobiernos han combinado construcciones discursivas, públicas y privadas, de los medios en clave político-ideológica con modernas técnicas con las cuales han desafiado al periodismo en el control y la relación ante la opinión pública.

¹¹ “He intentado lo mejor para Chile, para el reencuentro, pero el odio, la baja y la forma como su diario permanentemente ha tratado estos temas, creo que hacen que su diario esté muy lejos de lo que dijera su abuelo. Ha terminado el suyo siendo un diario al servicio de una tribu, la tribu que desea sembrar el odio a través de los que escriben su página editorial y la tribu de los que quieren atacar no importa por cuáles medios. Desgraciadamente ese ‘periodismo’ le hace mal a Chile, pero al parecer a ratos el odio es más fuerte y no importa dañar a Chile” (*El Mercurio*, 21/9/05).

Así, además de desafiar a la prensa colocándola, en clave populista, en el lugar del “antipueblo” o del “*establishment*”, los gobiernos de la región han apelado a formas de comunicación directa que disputan al periodismo su pretensión de mediador exclusivo entre el Estado y la sociedad civil.

III. La mediación periodística y la comunicación gubernamental

El proceso de convergencia arriba descrito, interpretado por muchos observadores como una americanización de la comunicación política, ha sido paralelo o parte de una tendencia hacia la mayor centralidad de la arena de los medios en el sistema político. Los efectos de esta mediatización sobre los liderazgos ejecutivos han sido a su vez objeto de controversia. De un lado, se ha convertido en un lugar común afirmar que los ejecutivos se ven favorecidos por sobre órganos colectivos como los legislativos, dada la personalización en las narrativas del proceso político a las que inducen el periodismo y la televisión. Sin embargo, la concentración de todas las demandas y expectativas de la sociedad en la figura de un líder puede resultar en un arma de doble filo. Al mismo tiempo, la mediatización parece imponer mayores restricciones a los liderazgos políticos de cara a los nuevos y poderosos grupos e intereses no estatales que conforman los medios. Puede generalizarse entonces que para los liderazgos ejecutivos el *media management* se ha vuelto más difícil que en el pasado (Helms 2008).

Esta creciente dificultad que encuentran los actores políticos ha repercutido en las prácticas de la comunicación política por parte de los mismos. De este modo, la aparición de nuevos roles profesionalizados, la emergencia de la figura emblemática de los *spin-doctors*, y las nuevas agencias gubernamentales especializadas en optimizar la comunicación a través de los medios ha sido la forma más general mediante la que los actores gubernamentales se han adaptado al nuevo contexto. Esta racionalización ha consistido básicamente en un proceso de aprendizaje y anticipación de los modos en que el periodismo recibe y resignifica los mensajes de sus fuentes políticas. Estos desarrollos de la comunicación política gubernamental presuponen, no sin resignación, que el periodismo es un mediador y un filtro ineludible en la relación con la opinión pública¹².

¹² Las técnicas ligadas al *spin-doctoring* presuponen que, al no poder evitarse la mediación de la prensa, la mejor estrategia consiste en tratar de maximizar el control sobre la cobertura periodística. Ha sido observado que, en la medida que el periodismo percibe la expansión de estas técnicas y las interpreta como intentos de dominación, ha respondido con coberturas que exhiben estas prácticas narrándolas como intentos cínico-manipulativos (Cfr. Esser, Reinenmann y Fan 2001).

La ofensiva que se describirá a continuación “forma parte de una actitud que trasciende las fronteras de América Latina, que consiste en que los políticos están queriendo recuperar la iniciativa en la definición de las reglas de su relación con los medios de comunicación, después de un tiempo en el que la iniciativa en la relación la tuvieron los medios” (Ruiz 2005: 10).

El ascenso de los liderazgos populistas y de izquierda en Venezuela, (al menos parcialmente en) Argentina y en Ecuador y las estrategias que éstos asumieron de cara a los medios y el periodismo no pueden disociarse de las crisis de representación política que los precedieron. Los tres casos fueron precedidos por derrumbes en la legitimidad de los sistemas de partidos signados por el rechazo social de la “clase política”. Al igual que con el fin del orden de Punto Fijo en Venezuela, el ascenso de Correa no puede ser comprendido fuera del contexto del descrédito de la política en Ecuador. En Argentina, Kirchner llega a la presidencia como resolución a la crisis que en 2001 terminó con el sistema de partidos establecido desde 1983.

A la vista de las experiencias anteriores, estos nuevos liderazgos combinaron apelaciones populistas con variantes de comunicación directa que les permitiera “puentear” la mediación periodística.

La tentación de desafiar el monopolio periodístico de la comunicación ante la opinión pública no ha sido, sin embargo, patrimonio exclusivo de la izquierda o del populismo latinoamericano. La comunicación directa con el público constituye una tentación que, bajo las circunstancias actuales, debe estar en cabeza de cualquier gobierno. A modo de ejemplo, el gobierno de Clinton intentó, en sus inicios, restringir el rol de los periodistas acreditados mediante técnicas tales como la aparición presidencial en *talk shows*. Sin embargo, la agresividad de la réplica de los periodistas acreditados en la Casa Blanca obligó a retroceder en esta iniciativa. En un trabajo en el que muestra la fortaleza de institución política de los medios periodísticos, Timothy Cook (1998: 83-84) ha observado que este ejemplo deja claro que “el grado en el que los periodistas pretenden el control sobre la tarea de diseminar e interpretar la información sobre el gobierno emerge con la mayor claridad cuando el mismo se encuentra bajo ataque”. Esta generalización puede trasladarse fuera de las fronteras de los Estados Unidos. En el contexto de secularización política en el que opera el periodismo modernizado según los parámetros anglosajones y se asume como guardián de la sociedad, se agudiza una disputa por la función representativa entre el periodismo y los actores políticos en todo el mundo. El periodismo profesionalizado, en particular bajo fuerte presión del comercialismo, sumado a la aparición de los sondeos privados de opinión, refuerza la pretensión de representar al público (Hallin y Mancini 2004). Este ideal institucional del periodis-

mo se ha difundido globalmente, aún allí donde no están dadas las condiciones para su ejercicio. El contraste de la suerte corrida por los gobiernos en los desafíos al monopolio del contacto con el público es instructivo.

Chávez y Correa han sido los casos más puros de mezcla de apelación populista y uso sofisticado de la comunicación que apunta al contacto directo con el público. En ambos casos se trató de recursos políticos clave en la medida en que ambos emergieron como “hombres nuevos”, sin organizaciones partidarias o movimientos preexistentes para la movilización política.

El estilo con el que Hugo Chávez apela a los sectores populares combina una retórica reminiscente de los viejos liderazgos populistas, modos no convencionales y campechanos, anécdotas coloridas y expresiones coloquiales. Llegado a la presidencia descubrió la posibilidad de amplificar estas apelaciones a través de una emisión semanal en la radio y la televisión pública. A través del célebre “Aló Presidente”, el líder bolivariano se permite, en emisiones que pueden llegar a durar hasta cuatro o cinco horas, hablar directamente al pueblo, atender llamados para conversar con ciudadanos sobre sus problemas, contar historias o recuerdos personales, bromear, ejercer de pedagogo popular e identificarse con el pueblo. “Los destinatarios del mensaje de Chávez, los sectores más pobres y marginados, ni leen la prensa escrita y sostienen su relación con el líder político (...) a través de los afectos, sin duda en esta dimensión la televisión, principalmente, y la radio, tienen un papel primordial” (Cañizález 2003: 34). La apelación a estos medios se ha constituido así en el principal recurso de movilización e incorporación política: “Chávez ha producido una inclusión simbólica de los más pobres y marginados en la escena política del país. El presidente ha hecho visibles a esos excluidos y allí radica buena parte de su poder” (Cañizález 2003: 33). En segundo lugar, este acceso directo a amplias audiencias le permite establecer la agenda mediática, anunciar políticas y movilizar apoyos. A partir de 1999, y a medida que su relación con la prensa comenzó a tensarse, Chávez comenzó a “ver estos discursos como forma de combatir la desinformación y las mentiras divulgadas por los medios opositores” (Tanner Hawkins 2003: 13). A lo largo de los años, la intensa presencia radial y televisiva de Hugo Chávez, en su programa regular o a través de las cadenas, se ha convertido en uno de los principales recursos de gobierno y de construcción política.

En los años posteriores a la crisis de 2002, el gobierno comenzó a multiplicar los espacios en los medios públicos en los que la programación está abocada a contestar la editorialización llevada a cabo por los medios privados en una clave cada vez más polarizada y politizada. A la creación de nuevos medios estatales se ha sumado una activa política de apoyo y afiliación de la importante red de medios comunitarios al espacio bolivariano. Paralelamente, el gobierno estu-

vo empeñado en desactivar y neutralizar espacios considerados opositores. Los principales hechos en este sentido han sido el acuerdo entre Chávez y Gustavo Cisneros, propietario del principal grupo de medios, que resultó en la despolitización de la programación de *Venevisión*, de un lado, y la no renovación de la licencia de aire para *RCTV*, argumentando que dicha cadena participó directamente en la conspiración golpista.

Así, el gobierno bolivariano ha ido paulatinamente profundizado la confrontación pública con los medios en clave de lucha ideológica. Un ex periodista de *RCTV*, quien renunció después de abril de 2002 para ocupar luego sucesivamente los cargos de Ministro de Comunicación y la dirección de *Telesur*, interpretó la política de ampliación de la comunicación estatal como parte de una necesidad de lucha gramsciana, no incompatible con el pluralismo, por las mentes y los corazones a favor de los valores del socialismo frente a la hegemonía capitalista corporizada en los medios privados¹³.

El caso de Rafael Correa y su más reciente ascenso a la presidencia de Ecuador reviste algunas similitudes con la experiencia de Chávez. La propia trayectoria hacia la presidencia de este *outsider* político, un economista sin apoyo en una estructura política, basada en una campaña que combinó tópicos populistas, un lenguaje basado en la afectividad y un estilo moderno y sofisticado de comunicación, marcó el estilo de la comunicación gubernamental de Correa. Luego de dos campañas electorales sucesivas (derrotó al empresario bananero Noboa en una segunda vuelta) con las que llegó al Palacio de Carondelet, siguió, inmediatamente, la campaña para las elecciones a constituyentes, en las que lograría una mayoría propia sin tener que recostarse en los viejos partidos y que le garantizaría comenzar su presidencia en una posición de mayor poder. Correa combinó con inteligencia en su discurso el rechazo al neoliberalismo y el desdén a la vieja clase política instalado en el país, con la imagen de un hombre nuevo, cercano al pueblo, despojado de vínculos con la vieja partidocracia (Correa no presentó candidatos al Congreso, anticipando su jugada de llamar a una elección constituyente refundacional), que venía a cortar con ese pasado de dominio de intereses antipopulares. El experimento de Correa nació así sin otro recurso que la apelación a la opinión pública. Este camino de campaña que utilizó con gran eficacia en radio, *spots* de televisión e internet le hizo naturalizar un estilo de “campaña permanente”. Su principal asesor de campaña, Vinicio Alvarado, se convirtió en el gurú mediático y supervisor de la comunicación gubernamental. Correa arrancó su presidencia con un programa radial semanal transmitido los sábados y las “Cadenas nacionales” para llegar con sus mensajes “sin filtrar” al público (Conaghan 2008).

¹³ Entrevista a Andrés Izarra en el diario *El Nacional* de Caracas, 8/1/2007.

A la fecha el gobierno de Rafael Correa lleva demasiado poco tiempo como para ver cómo se estructuran sus relaciones con la prensa. Ha habido algunos episodios de confrontación y de creciente tensión y cruces verbales en el trato con el periodismo a lo largo de su primer año de gestión. “En la historia de América Latina, la prensa siempre ha estado en contra de los gobiernos progresistas”, llegó a declarar enojado en una ocasión, a la vez que amenazó con dejar de organizar conferencias de prensa en el palacio de gobierno¹⁴. De momento, el gobierno de Alianza País se ha mostrado particularmente activo con una política de creación de un sistema de medios públicos, a cargo de Vinicio Alvarado, en un país en el que la comunicación estaba dominada por manos privadas. El preexistente *El Telégrafo*, un tradicional diario de 124 años de antigüedad que había quebrado, se convirtió en un diario público. En noviembre de 2007 comenzó a operar un nuevo canal público llamado *Ecuador TV*, y prevé en el futuro la creación de una radio pública. Sin embargo, en respuesta a las acusaciones de estar replicando el modelo de comunicación chavista, el Presidente y los funcionarios a cargo de los nuevos medios han afirmado que los mismos no serán gubernamentales. El lanzamiento del canal público se produjo en el contexto de la constituyente y de una controversia entre el Presidente y los medios privados a los que aquél acusó de sostener “visiones tergiversadas”. El canal inauguró su programación con una entrevista al Presidente en la que éste sostuvo que los medios privados defienden intereses privados y que por lo tanto les resulta “difícil empatar sus intereses con los de la sociedad”. Sus críticos denuncian la financiación desde Caracas en un contexto en que Chávez se encuentra en pleno conflicto por RCTV¹⁵.

A diferencia de Chávez y de Correa, el ascenso político de Evo Morales ha sido fruto de un largo proceso de construcción de un movimiento social popular basado en la movilización social de la identidad indígena. En tal sentido, el uso de los grandes medios de comunicación no tuvo el rol central de herramienta de movilización o de apelación a la opinión pública de sus pares andinos. No obstante, Morales llegó a la presidencia portando una experiencia de fuerte confrontación con los medios periodísticos. No sólo percibía en su discurso una visión discriminatoria y denigrante de la identidad indígena, sino que arrastraba también el recuerdo particular de la estigmatización de los cocaleros como traficantes por parte de la prensa (Lauría 2007). Morales es de todos los casos quien quizás con más intensidad utiliza la clásica contraposición populista sobre la representación para desacreditar a los medios. En un país en el que se super-

¹⁴ “Informe Anual 2008 – Américas”, *Reporteros sin Fronteras*.

¹⁵ “Ecuador: abre un canal financiado por Caracas”, *La Nación*, 30/11/2007.

ponen el clivaje social, étnico y el regional y que hacen estas acusaciones creíbles, Morales opone el pueblo a unos medios que defienden y expresan los intereses de las minorías poderosas y conmina al “pueblo” a advertir y juzgar sus “tergiversaciones” y “desinformaciones”. Sus principales epígonos en esta lógica han sido el diario paceño *La Razón*, propiedad del Grupo Prisa, a quien Morales acusa —habiendo llegado incluso a hablar de nacionalizarlo— de ser un instrumento en la defensa de los intereses de Repsol en la lucha por la renta hidrocarburífera. El otro es la estación de televisión *Unitel*, basada en Santa Cruz de la Sierra, y a la que denuncia como instrumento de los intereses de la poderosa élite económica cruceña y su campaña pro-autonomía (Lauría 2007, Ruiz 2006).

Si bien se ha anunciado la creación de un programa de radio personal, Evo Morales no practica una comunicación directa regular como sus pares. Sin embargo el gobierno ha sostenido que los medios del Estado “deben convertirse en activos participantes de los movimientos sociales y ser utilizados para contrarrestar las distorsiones de los medios privados”. Consecuentemente ha tenido lugar una ambiciosa expansión de la red de radios comunitarias (Red de los Pueblos Originarios de Bolivia), clave en un país con una población de tres quintas partes de analfabetos y defendida por el gobierno como la creación de un acceso a los medios a los bolivianos rurales previamente excluidos (Lauría 2007). En otras palabras, rasgos de la estructura social boliviana como la amplia población campesina que habita zonas remotas y sus divisiones etnolingüísticas parecen explicar la inexistencia de una amplia audiencia nacional potencial destinataria de mensajes centralizados y la estrategia de comunicación gubernamental parece tener en cuenta estas especificidades.

Tanto estas políticas de medios comunitarios en Bolivia, como la creación del sistema de medios públicos en Ecuador, han contado con financiamiento y apoyo por parte del gobierno venezolano. Esta cooperación les ha valido a ambos gobiernos críticas en los medios masivos, en los que se los acusa de seguir los pasos de Hugo Chávez en el régimen de comunicación pública. Especialmente en Bolivia, estas críticas han llegado a asumir rasgos sumamente virulentos en los que se acusa a Morales de seguir los pasos de Castro y Chávez reemplazando la libertad de expresión por un “totalitarismo”.

En la Argentina, a semejanza de sus pares en Venezuela y Ecuador, Kirchner llegó al poder tras el colapso del viejo sistema de partidos que eclosionó con una crisis que volcó a sectores medios urbanos a la calle bajo el lema “Que se vayan todos” de diciembre de 2001. Pero a diferencia de Correa y Chávez, el entonces relativamente ignoto gobernador de Santa Cruz debió su elección primera al apoyo del PJ, cuya maquinaria electoral territorial logró sobrevivir a la crisis que pulverizó a los demás partidos. No obstante, la experiencia kirchnerista nació

ambicionando protagonizar una renovación de la política que superara al propio peronismo, representante de la vieja política, con un discurso que apelaba a los sectores medios urbanos no peronistas, políticamente huérfanos desde la crisis y, en consecuencia, fuertemente expuesto a los medios en la construcción de sus percepciones de la política. El malestar del gobierno de Kirchner con la prensa, y la decisión estratégica de su ofensiva en el espacio mediático, se explica por la dificultad de pasar sus mensajes a este segmento de opinión pública, en virtud del *framing* en que el periodismo los sitúa en forma dominante. Si en los primeros años de gobierno esta estrategia dio relativos buenos resultados, sobre el final de su mandato y comienzos de la sucesión con su esposa, se ha vuelto un enfrentamiento más abierto y radicalizado, en el que el kirchnerismo parece haber perdido su ascendente en cuanto a la capacidad de disputar al periodismo el control de la opinión pública.

El caso argentino presenta semejanzas y diferencias respecto de los casos arriba expuestos de confrontación en clave populista con los medios. El kirchnerismo ha exhibido en su discurso una visión de los medios en clave ideológica en la que se mezclan elementos que los coloca en el lugar de actores interesados vinculados a intereses concentrados y portadores de discursos que detrás de la pretensión de neutralidad esconden visiones interesadas. En sus confrontaciones públicas con determinados medios, Kirchner los ha asociado alternativamente a rémoras del pasado como la “dictadura” o el “neoliberalismo”¹⁶. Pero estas identificaciones están dirigidas a medios en particular. La visión que ha articulado la estrategia del kirchnerismo de cara a los medios periodísticos parte de su lectura del pasado reciente. En su percepción, durante la década del noventa, la política perdió el lugar que le corresponde a manos de unos poderes fácticos que dominaban discursivamente el espacio público mediático. Encarnada en un “discurso tecnocrático”, esta visión dominante desacredita a toda política que no se someta a sus imperativos. El periodismo es visto, en este esquema, como un agente funcional, consciente o inconsciente, de estos poderes. En consecuencia, desde su llegada al gobierno, el kirchnerismo tiene la idea de que la palabra no debe ser cedida en espacio público a los poderes fácticos que lo colonizan¹⁷.

Kirchner carece del carisma personal y las dotes mediáticas de Chávez y de Correa, lo que hace más difícil la opción por el contacto regular a través de

¹⁶ El principal epígono público ha sido el diario *La Nación*, el cual publicara un titular según el cual el gobierno no sobreviviría más de un año, luego de que Kirchner rechazara las sugerencias de política que le hiciera José Claudio Escribano en privado, el entonces editor del diario, antes de asumir la presidencia.

¹⁷ Entrevista del autor con Ernesto Semán, 20/12/07.

emisiones radiales o televisivas. El régimen de comunicación gubernamental elegido descansa en una modalidad que la prensa argentina ha popularizado como “el atril asesino”. La misma consiste en aprovechar las cotidianas ocasiones institucionales que ofrece presidencia —actos oficiales, inauguraciones— para tomar el micrófono e instalar, de ese modo, mensajes en forma unidireccional. El mecanismo completo para instalar el mensaje gubernamental consiste en que algunos de los ministros “bajan la línea del gobierno” en algún programa radial matutino, luego el Presidente utiliza el atril para retomar el tema y, finalmente, “el sistema reactivo del gobierno habilita inmediatamente al resto de dirigentes kirchneristas, que desde entonces puede hablar, obviamente en la misma sintonía”¹⁸. Las críticas por parte de los organismos de la prensa a esta modalidad contrastan este régimen con la negativa sistemática del presidente a someterse al juego controlado de preguntas y respuestas que ofrecen la entrevista y la conferencia de prensa.

Por contraste con los anteriores casos, el kirchnerismo no ha tenido la política de utilizar los medios públicos como principal vehículo y sostén de la comunicación gubernamental. Su política ha pasado en cambio por una serie de negociaciones pragmáticas (y como han señalado muchos de sus críticos, inconsistente y cínica respecto de su discurso sobre el poder concentrado de los medios) con algunos de los grandes grupos de medios con los que ha negociado espacios de cobertura a cambio de pauta publicitaria oficial y/o otros favores en el ámbito regulatorio.

Los críticos de las prácticas de la comunicación política del kirchnerismo suelen interpretarlas en términos de intentos de disciplinamiento autoritario explicable en la cultura política del núcleo gobernante: en ellas han sido detectados elementos del primer peronismo, restos de la memoria de la militancia de los años setenta, o costumbres afincadas durante las gobernaciones provinciales (Novaro 2007). Es posible que en esos factores del pasado pueda rastrearse la tensión entre la visión que informa el activismo comunicacional del gobierno y la concepción *mainstream* del rol de la prensa en una democracia liberal.

A su vez es probable que —como también ocurre en los casos de Ecuador y Bolivia— tanto la inspiración gubernamental de utilizar los desafíos a la prensa como recurso de construcción política, como los temores, fantasmas e irritaciones desde el periodismo, hayan abrevado del caso de la Venezuela bolivariana. Sin embargo, es llamativo que muchas de las prácticas observables remiten por sus rasgos más a la revolución en la comunicación política en el mundo anglosajón de la década del noventa. El recurso a la centralización y control de los

¹⁸ “Los Fernández y el atril marcan otra continuidad”, *La Nación*, 14/12/07.

mensajes, el disciplinar y alinear a los funcionarios —el *keep on message*—, el fustigar a las redacciones cuando su cobertura es considerada insatisfactoria, el usar a terceros para hacer campaña negativa, forman parte del repertorio de la modernización estilo *War Room* desarrollados en la comunicación de campañas de Clinton y del *New Labour* británico y que fueron trasladadas luego al ámbito de la comunicación gubernamental (Cfr. Gould 2001: cap. 9).

En el caso de los Estados Unidos, parte de esta ofensiva sobre el periodismo por el control en la producción de mensajes ante la opinión pública ha encontrado un límite expresado en el ejemplo arriba señalado de restringir la libertad de movimiento de los periodistas acreditados en la Casa Blanca a inicios de la primera presidencia de Clinton. La administración demócrata tuvo que detenerse ante esa trinchera cuando advirtió el costo (periodistas del prestigio de Helen Thomas pusieron el grito en el cielo) de seguir avanzando. Este contraste puede ser útil para abordar la relación de fuerzas entre el gobierno del PT y la prensa en Brasil.

En un caso que permite reconocer cierta semejanza con el caso de Evo Morales, Lula llegó al Planalto con una larga trayectoria previa de militancia sindical y política. A lo largo de esta carrera, este dirigente que combina su origen nordestino y su identidad de obrero industrial forjó su imagen de la gran prensa a partir de un trato plagado de prejuicios de orden clasista e ideológico. Como ha señalado Bernardo Kucinski, su asesor de prensa que le recomendó una política de apaciguamiento y aceptación de las reglas de juego del periodismo, el error de Lula al asumir la presidencia fue no despegar su rol de la cuestión personal por la que tiene una longeva mala imagen de los periodistas. El gobierno comenzó tratando muy mal a la prensa. Pasó a practicar un estilo de comunicación directa, “eliminó la necesidad de la prensa”, a través de los discursos, del habla directa sin permitir los cuestionamientos. El origen de esa forma de comunicación se remonta, según Kucinski, a los orígenes del grupo que llegó al poder. Por su experiencia de vida Lula siente que se comunica directamente con el pueblo. Al habla vertical y directa se sumó la “comunicación privilegiada” practicada en el PT, consistente en escoger a un periodista con el que se acuerda un intercambio de información por trato (Sosnovski 2006). El año 2004 marcó el pico de tensión entre el gobierno y la prensa en Brasil. Luego del episodio desatado por el artículo del *New York Times*, el gobierno envió al Congreso un proyecto de ley de creación de consejos de periodismo a los que se conferiría la atribución de “orientar, disciplinar y controlar el ejercicio de la profesión”¹⁹. Finalmente, el gobierno terminó retirando la iniciativa. En los años posteriores el presidente bajó los niveles de tensión, dejó las confrontaciones, y aceptó so-

¹⁹ “Brasil – Informe anual 2005”, *Reporteros sin Fronteras*.

meterse eventualmente a conferencias de prensa pese a persistencia de prácticas agresivas de denuncias de corrupción (algunas de ellas, sin duda, fundamentadas) y otras formas de descrédito político (como las denuncias de conexión con las FARC o con Cuba) por parte de algunos grandes medios periodísticos. Al margen de la estrategia de apaciguamiento en el nivel de la presidencia, son frecuentes, sin embargo, los llamamientos a la movilización de militantes del PT que denuncian el juego opositor de los grandes medios²⁰.

El kirchnerismo ha logrado renovar el mandato presidencial mediante la victoria electoral de la esposa de Néstor Kirchner en 2007. Lula ha logrado su reelección en 2006. En ambos casos es llamativa la distribución del voto. En el primer caso, pese a apelaciones a los sectores medios urbanos “progresistas” con los que pretendía fundar una fuerza de centroizquierda, el kirchnerismo terminó obteniendo su base de apoyo electoral mayoritario en los sectores populares suburbano y rural más dependientes de la maquinaria electoral del peronismo. En el caso Lula, la coalición electoral se desplazó del voto urbano de las grandes ciudades en las que tenía su bastión originario, a un voto semirural afincado preponderantemente en las regiones más pobres del nordeste fuertemente dependientes de la política social focalizada. La pregunta que cabe formular es en qué medida esas dificultades de seducir a los electorados urbanos y a la opinión pública mediatizada se relacionan con los avatares de las tensas relaciones entre estos gobiernos y la prensa periodística.

IV. Conclusiones

De las complejas relaciones arriba esbozadas pueden intentarse algunas observaciones, generalizaciones y preguntas para una investigación futura.

El tamaño del mercado de medios, la estructura sociocultural de las audiencias y sus vínculos con el grado de diferenciación y autonomía de las instituciones mediáticas y periodísticas parecen ser variables centrales para comprender los comportamientos desde la prensa hacia los actores políticos. Los casos presentados muestran grandes contrastes entre los países de la región. En términos muy generales estas diferencias parecen determinar si el comportamiento de los medios asemeja más el de instrumentos heterodeterminados, o si se trata de arenas institucionales diferenciadas con lógicas autónomas donde la oposición política no responde tanto la confrontación de intereses desnudos como a imperativos profesionales.

²⁰ “Brasil – Informe anual 2008”, *Reporteros sin Fronteras*.

Una mejor comprensión de estos aspectos implica profundizar la articulación entre los diversos niveles institucionales en la arena mediática. En términos simplificados es necesario saber más, para los casos particulares, sobre el peso relativo del periodismo profesional, de un lado, y los editores/propietarios de los medios o grupos de medios, por el otro, en la producción de los contenidos publicados.

Como parecen mostrar los casos de Evo Morales y Lula, las trayectorias y experiencias anteriores con la prensa de los liderazgos ejecutivos parecen tener algún potencial explicativo.

La naturaleza de los nuevos liderazgos y la estructura de la oposición parecen incidir en el rol y el comportamiento de los medios periodísticos. Así, la presencia de liderazgos fuertes y personalistas parece contrastar fuertemente con los casos en los que funcionan sistemas de partidos competitivos. Un punto clave parece constituirlo la perspectiva de rotación política. Cuando éstas son bajas parece verse favorecida la confluencia entre medios y rol de oposición.

Aludiendo al caso de Venezuela, Pérez Liñán (2007) establece como hipótesis que las pretensiones de independencia y la negativa a asumir compromisos políticos por parte de los conglomerados de medios se ven incentivadas por la incertidumbre en cuanto a la permanencia de los gobiernos. La ausencia de un sistema de partidos competitivo es lo que habría conducido a que en Venezuela los medios abrazaran posiciones militantes.

A su vez, podría pensarse una hipótesis complementaria sobre el comportamiento de la oposición. A medida que las fuerzas opositoras se perciben incapaces de disputar el poder en la arena electoral, se repliegan y concentran sus energías en otras esferas como la mediática. Por lo tanto, en escenarios en los que el ascenso de nuevos liderazgos siguió, con aires refundacionales, a crisis y derrumbes de los viejos sistemas de partidos, podrían esperarse oposiciones hiperactivas y sobrerrepresentadas en la arena mediática²¹.

Una variable probablemente muy importante y apenas mencionada en este trabajo lo constituye el grado de radicalidad de las políticas ensayadas. En la medida que los conglomerados de medios constituyen intereses de negocios, no puede ser ajeno a sus relaciones con los gobiernos de izquierda el tipo de regulaciones y el grado de desafío a la propiedad que éstos llevan adelante.

Otro aspecto importante y aquí casi ignorado es la dimensión regional del fenómeno. Es importante preguntarse en qué medida no ha habido un proceso de imitación y difusión de la experiencia bolivariana de Hugo Chávez

²¹ Este aspecto ha sido bien observado para Ecuador en Ramírez Gallegos (2008).

en los demás casos. Además de la imitación espontánea debe considerarse también la política explícita de difusión de la experiencia desde Caracas por medio de financiamientos y de experimentos como el de *Telesur*. Por otra parte, la dimensión regional parece expresarse también en el comportamiento de los medios periodísticos. En la “gran prensa” de los países latinoamericanos se ha generalizado el uso del “chavismo” como referencia negativa desde la que construyen las admoniciones contra la tentación populista²². A su vez, el nuevo escenario también se ha plasmado en el resurgimiento de instituciones supranacionales —de las cuales la Sociedad Interamericana de Prensa es el ejemplo más notorio— reverdecidas en su activismo por el nuevo enemigo.

Parece insoslayable preguntarse también por el peso de la pretensión específicamente populista de comunicarse directamente con el pueblo como factor de peso en la relación con el periodismo. ¿En qué medida parece ser esta pretensión independiente de la variable izquierda-derecha? El estilo de comunicación de Álvaro Uribe en Colombia hace pertinente la pregunta.

Bibliografía

- Blanch, Julio (2007) “Cristina Kirchner renueva la batalla por la construcción de la realidad”, en *Clarín* 1/12/2007.
- Cañizález, Andrés (2003) “De mediadores a protagonistas. Crisis política, medios y comunicación en Venezuela”, en *Iconos. Revista de Ciencias Sociales*, N° 16.
- Conaghan, Catherine (2008) “The Passions and the Furies of Rafael Correa: Synthesis and Revolution in Ecuador”, Trabajo presentado a la conferencia Latin America’s Left Turn: Causes and Implications, Harvard University, abril.
- Cook, Timothy (1998) *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*, Chicago, University of Chicago Press.
- Eaton, Kent (2007) “Backlash in Bolivia: Regional Autonomy as a Reaction against Indigenous Mobilization”, en *Politics & Society*, Vol. 35, N° 1.
- Esser, Frank, Carsten Reinenmann y David Fan (2001) “Spin Doctors in the United States, Great Britain and Germany. Metacommunication about Media Manipulation”, en *The Harvard International Journal of Press/Politics*, Vol. 6, N° 1.
- Gould, Philip (2001) *The Unfinished Revolution. How the Modernisers Saved the Labour Party*, Londres, Abacus.
- Hallin, Daniel y Paolo Mancini (2004) *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.

²² Estos desarrollos paralelos han sido observados en Kitzberger y Pérez (2008).

- Hallin, Daniel y Stylianos Papathanassopoulos (2002) "Political Clientelism and the Media: Southern Europe and Latin America in Comparative Perspective", en *Media, Culture and Society*, Vol. 24, N° 2.
- Helms, Ludger (2008) "Governance in the Media Age: The Impact of the Mass Media on Executive Leadership in Contemporary Democracies", en *Government and Opposition*, Vol. 43, N° 1.
- Kitzberger, Philip y Germán J. Pérez (2008) *Los pobres en papel. Las narrativas de la pobreza en la prensa latinoamericanas*, Buenos Aires, Fundación Konrad Adenauer.
- Lauría, Carlos (2007) "El momento histórico de Bolivia", Publicación del Committee to Protect Journalists, otoño-invierno, disponible en www.cpj.org.
- Levy Yeyati, Eduardo y Diego Valenzuela (2007) *La resurrección. Historia de la poscrisis argentina*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Mayorbe, José Antonio (2002) "Venezuela and the Media: The New Paradigm", en Fox, Elizabeth y Silvio Waisbord (eds.) *Latin Politics, Global Media*, Austin, University of Texas Press.
- Novaro, Marcos (2008) "Periodistas engreídos vs. publicistas convencidos", en *Ciencias Sociales. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales*, N° 66, Buenos Aires, UBA, abril.
- O'Schaughnessy, Hugh (2007) "Media Wars in Latin America", en *British Journalism Review*, Vol. 18, N° 3.
- Pérez Linán, Aníbal (2007) *Presidential Impeachment and the New Political Instability in Latin America*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Ramírez Gallegos, Franklin (2008) "Posneoliberalismo y decisionismo en Ecuador", en *Umbrales de América del Sur*, Año 2, abril-julio.
- Ruiz, Fernando J. (2005) *Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina*, N° 3, Buenos Aires, Cadal–Konrad Adenauer Stiftung–Universidad Austral, primer semestre.
- Ruiz, Fernando J. (2006) *Indicadores de periodismo y democracia a nivel local en América Latina*, N° 5, Buenos Aires, Cadal–Konrad Adenauer Stiftung–Universidad Austral, primer semestre.
- Sivak, Martín (2008) *Jefazo. Retrato íntimo de Evo Morales*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Sosnovski, Alice (2006) "Lula eliminou a necessidade da imprensa", entrevista a Bernardo Kucinski, en *Observatório da Imprensa*, 9/1/06, disponible en www.observatoriodaimprensa.com.br.
- Tanner Hawkins, Eliza (2003) "Conflict and the Mass Media in Chávez's Venezuela", Trabajo presentado en el Congreso de LASA, Dallas, marzo.
- Waisbord, Silvio (2000) *Watchdog Journalism in South America. News, Accountability and Democracy*, Nueva York, Columbia University Press.

Resumen

Este trabajo pretende explorar las formas asumidas por los conflictos entre gobiernos y prensa en el peculiar escenario constituido por dos factores en algunos países de Latinoamérica. De un lado, una prensa y un periodismo sustancialmente alterados (modernizados) en su posición y peso en el proceso político, como consecuencia de la década de reformas neoliberales que —con varia-

ciones nacionales— afectaron a las instituciones mediáticas. Del otro lado, la emergencia de gobiernos en los que se combinan unas agendas e identidades de izquierda con unas apelaciones populistas de una forma que parece deslizarlos hacia el conflicto con la prensa y los medios. Los casos considerados son Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador y Venezuela.

Palabras clave

América Latina – gobiernos – prensa – izquierda – populismo

Abstract

This article aims to explore certain new patterns of press-government conflicts that emerged in the peculiar Latin American scenario constituted by two developments. On one side, a substantially changed (modernized) role and weight in politics of the press and journalism that emerged after a decade of neoliberal reforms that reached the

regional media institutions. On the other side, the presence of a series of national governments that combine leftist identities and agendas with populist appeals in a fashion that drives them to clash against the press and the big media. The considered cases are Argentina, Bolivia, Brazil, Ecuador and Venezuela.

Key words

Latin America – governments – press – left – populism