

Relatoría de los grupos de trabajo

Taller No. 4

Grupo No. 1: Rafael Toribio

En el grupo hubo un punto de partida aportado por diferentes experiencias y es que la realidad sobre los medios de comunicación es diferente en varios países. No podemos decir que haya un modelo único y en muchos casos se ha seguido un proceso en que están muy diferenciados; según países hay situaciones muy diferentes, así que la cosa no es homogénea.

Hay además un reconocimiento de que la relación medios de comunicación y democracia es un tema muy complejo y además que representa un poder nuevo de difícil regulación. Aunque se reconoce la necesidad de desregularlo, es muy difícil; incluso alguien acuñó la idea de que es más fácil democratizar a los partidos que a los medios de comunicación, con todo lo difícil que nosotros vimos que es lograr la democratización de los partidos.

Sin embargo, también se estableció una realidad generalizada dentro del reconocimiento que hay situaciones diferentes, y es que en todos los países nuestros hay muchos medios y pocos propietarios, lo que les otorga un gran poder dominante a los propietarios de muchos medios de comunicación, porque eso da la posibilidad de una relación asimétrica entre muchos medios y frente a audiencias muy limitadas.

Algo que se habló y que pareció que fue compartido en el grupo es que se afirmó que el fenómeno de la concentración de los medios es irreversible; tenemos que aceptar y convivir con esa realidad. Por la dinámica económica y del mercado eso es así, es irreversible, y parece entonces necesario resignarse a que, difícilmente en esa lógica, los medios podrán ser independientes, no importa los esfuerzos y las presiones que hagamos. La lógica económica hace que difícilmente sean independientes. Y se hizo una pregunta que yo traduzco aquí,

XII Curso Interamericano de Elecciones y Democracia

muy interesante: ¿Lo importante es que sean independientes o que sepamos que no van a ser independientes? Quizá por lo menos eso nos da otra visión.

Frente a esta situación de concentración irreversible y de dificultad para regularlo, se apeló a los “nuevos medios” como alternativa. Hubo una gran discusión en el sentido de que, si bien ofrecen mucha libertad y posibilidades de acceso, todavía su difusión es muy limitada realmente; incluso se dijo que eso era para el futuro.

Sin embargo, hubo la opinión de que para ciertos sectores de la sociedad -quizás determinantes en los procesos de decisión-, ya el uso de Internet no es de futuro sino que es de ahora. Por consiguiente, si bien es de futuro, ya hay oportunidad de trabajar esos medios por la incidencia que tienen los que toman decisiones. Pero que para eso se necesitan políticas públicas que hagan posible el uso intensivo o más intensivo de esos medios de comunicación.

Finalmente, se hicieron una serie de propuestas que tienen que ver, no solamente con propuestas alternativas, sino con regulación. Una justificación de la regulación bastante interesante es que, hay derecho a la regulación de los medios porque a fin de cuentas, usan un bien público para beneficio privado, y por consiguiente, hay razón y derecho a la regulación. Entonces se hicieron propuestas como derecho de réplica que debe establecerse; y un punto interesante que surgió fue el fomento y la regulación de medios públicos, diferente de los medios estatales.

El Estado debiera fomentar -y nos dijeron que en México hay un ente público que se dedica a eso- espacios a disposición pública, de interés público. Una recomendación es que los que son estatales tienen que ser rígidamente regulados, para que no sea un canal de monopolio.

También se habló de que en algunos países es posible la comunicación alternativa en alianza con organizaciones que ya tienen algún tipo de franquicia. El caso de Ecuador y la iglesia

México

católica. Exigir un mayor profesionalismo a los que se dedican a la comunicación, y abogar, demandar por otorgamiento de frecuencias para finalidad pública. Nos pareció interesante el hecho de hablar de estos medios públicos que no son necesariamente estatales, que pueden estar al servicio de la participación comunitaria.

Grupo No. 2: Leonel Cádiz

La discusión tuvo tres ejes. Regular y la libertad de prensa: ahí hay cierta tensión; cuánto se regula y cuánta libertad de prensa se defiende. Adicionalmente, respecto a la calidad de los actores del tema. Estamos hablando de la capacidad de los partidos políticos de entenderse, manejar y colaborar con los medios, y las capacidades de los profesionales y técnicos, de los medios del área política, y también respecto a que si los medios de comunicación son un actor especial o no deberían regularse como el resto de los actores del sistema democrático.

Voy a relatar en dos partes algunas afirmaciones, y en segunda parte algunos criterios generales -por no decir propuestas- respecto a la discusión del tema.

Afirmaciones como que los medios de comunicación en general no cooperan respecto a la participación. No son promotores de la participación ciudadana, y en muchos casos, los medios de comunicación con cooptados o amenazados por los poderes políticos. Amenazados sobre todo en los regímenes autoritarios, y cooptados muchas veces en las democracias abiertas.

Lo segundo. Los agentes de los medios de comunicación son cooptados por los medios. Los medios van haciendo de la política un énfasis en el anecdotario político, en los escándalos políticos y no en el seguimiento de los programas y el cumplimiento de las promesas ni de la acción del agente político que se ha comprometido en campaña.

XII Curso Interamericano de Elecciones y Democracia

También se habló de muchos casos en los cuales todavía los medios de comunicación tienen fuertes influencias por relaciones comerciales, por relaciones familiares.

Se dijo, a propósito de las ponencias acá en la sala, que es relativo afirmar que los jóvenes no están interesados en política, pues se citan experiencias donde la agenda e iniciativas en materia de medios de comunicación atraen todavía a los jóvenes y los ponen en el interés de la política.

Los partidos políticos tienen muy poca información, capacitación y manejo en su relación con los medios de comunicación. Los partidos políticos, eventualmente, podrían ser en algunos casos vulnerables a los medios.

También existen medios sin vicios. Medios en los cuales existen espacios democráticos, y la fórmula aquí es que los elencos de profesionales en el área política pueden representar distintas visiones.

Los medios pueden influir en lo político, y ahí está una zona crítica en el cual sabemos que los medios, sin ser explícitamente proselitistas, pueden influir en la política, en la calidad de la información y en la oportunidad de la información.

La regulación en la participación, sobre todo en televisión, tiene que ver con la calidad de la información y con generar pautas y normas que no necesariamente afecten a la libertad de prensa.

La regulación no debiera afectar la libertad de prensa. La regulación de propaganda electoral y en medios de comunicación no es peligrosa, sino que más bien asegura que actores políticos en particular no saquen ventajas, como es el caso de los partidos gobernantes que a la hora de las campañas electorales generan la campaña de propaganda estatal.

En materia de criterios o propuestas, hablamos de que debe haber un control y vigilancia de la sociedad civil sobre los medios de comunicación relativos a éstos. El Estado puede generar mecanismos que permitan a la ciudadanía evaluar a

México

los medios. Ayudaría que los medios de comunicación hicieran visible a los políticos, en el sentido del seguimiento de sus acciones y cumplimiento de sus programas.

Tenemos medios de comunicación que tienen profesionales -como se dijo antes- con muy poca información y formación en áreas políticas. También, como se dijo antes, es necesario mayor entrenamiento y mayor manejo de los partidos y de los actores políticos respecto a los medios de comunicación.

Existen también los medios comunitarios en todos nuestros países, que en ellos se reconoce que son los principales promotores de la participación ciudadana, pero también sabemos que los medios comunitarios en nuestros países son, sin duda. los medios más perseguidos.

Finalmente, decir que todas las actividades de la sociedad están sujetas a normas, que tienen mecanismos de regulación. Por tanto es pertinente preguntarse si los medios de comunicación, como actores de la democracia, están exentos de esta fórmula natural y propia del sistema democrático de regular y tener mínimos cánones de comportamiento como el resto de los actores.

Grupo No. 3: Rotsay Rosales

En el grupo decidimos hablar, básicamente, de cuatro consideraciones generales y seis propuestas igualmente generales, lo que significa referirme a cada una de ellas en más o menos 30 segundos, para los cinco minutos en total.

Primero. Que quizá como en ningún otro de los temas vistos con anterioridad, éste tema en particular está cargado de elementos valóricos o valorativos, que hacen difícil encontrar puntos de coincidencia en el diagnóstico, no tanto en las propuestas. Empezando por ese sesgo valorativo en la misma forma en como fueron planteadas las preguntas de trabajo. Resulta eso un dato interesante o curioso de observar.

XII Curso Interamericano de Elecciones y Democracia

Segundo. A pesar de esa falta de acuerdo, coincidencia o consenso - románticamente planteado así- en el diagnóstico o en el análisis de la situación de los medios en la democracia, lo que sí es cierto es que toda valoración, a pesar de eso, está cargada de ejemplos; o sea, siempre hay una referencia a ejemplos y evidencias concretas en cada uno de nuestros países sobre el papel de los medios de comunicación en nuestros regímenes democráticos.

Con respecto al diagnóstico, también se logró observar, entre otras cosas, que hay una pregunta que de alguna manera no deja de ser sugerente o incómoda, y es que si los medios tienen, pueden o deben formar y promover participación política. Pareciera que sobre eso no hay un consenso o un acuerdo. No está claro si ellos imperativamente tienen, necesariamente deben y realmente pueden formar, fomentar la participación política. Lo que sí está claro es que tienen efectos sobre el desarrollo democrático en nuestros países y lo hacen. ¿Qué tantos efectos y cómo? Bueno, nuevamente volvemos al relativismo postmoderno porque no hay, digamos, absoluta claridad al respecto.

Tercero. Hay diferentes tipos y categorías de medios. Cuando hablamos de medios -se dijo en el grupo- no se puede meter a todos dentro de un mismo saco, un mismo cajón, y eso hay que tomarlo en cuenta. Por lo tanto se vuelven nuevamente necesarios, como se discutió en las sesiones anteriores, estos puntos de encuentro entre diferentes actores sociales, políticos y económicos en nuestras democracias, para tratar de vislumbrar posibles formas de sinergia o acuerdos y, por lo menos, de no antagonismo.

Cuarto. Otro diagnóstico u otra valoración interesante es el famoso tema del desequilibrio entre qué se publica o qué se publicita en los medios, con respecto a los actores público políticos. Tampoco llegamos a acuerdo al respecto. Si todo está cargado única y exclusivamente de información negativa y hay una omisión -además estratégicamente planteada así- de todo lo bueno que se hace en la función pública, eso puede suponer

México

-dentro de sus múltiples resultados o contravalores- un retiro de gente valiosa e interesada en lo público y en la política, desestimulados por la sospecha, a priori, de que uno está metido, interesado en la política porque tiene algún interés oscuro.

Pasamos directamente a las seis propuestas que logramos identificar en el grupo.

Primero. Para evitar suspicacias, resquemores, antagonismos, lo que es absolutamente indispensable es conocer. Conocer qué hacen los medios, qué deben hacer los medios y qué podrían hacer los medios para el fortalecimiento de nuestras democracias. Además, hay una mutua necesidad de que los medios conozcan qué hacen también los otros, qué pueden y qué deben hacer los otros actores políticos. Una suerte de división funcional de los roles, no muy bien lograda hasta ahora.

Segundo. Pareciera que hay un acuerdo en que, ciertamente, teniendo los medios la obligación de controlar o de alguna manera fiscalizar, evaluar, emitir juicios sobre el valor de la gestión pública, ellos mismos también tienen que rendir cuentas y se sugirió la figura, exitosa o no -eso ya habría que valorarlo-, del “ombudsman” de la prensa, como una de las experiencias que podrían considerarse.

Tercero. Lo que sí es cierto es que los medios de comunicación no forman o contribuyen a formar la participación, pues no es parte de su vocación, pero sí forman educación cívico-político-democrática, y por lo tanto, se vuelven agentes de capacitación informal, de educación cívico política en nuestras sociedades, de manera que podrían fomentar, por ejemplo, el seguimiento a las propuestas de políticas públicas en la gestión de gobierno.

Cuarto. Se consideró también necesario que haya cooperación entre los mismos periodistas e involucrar empresarios. En fin, toda la estructura de roles dentro de los medios de comunicación, para que esto se constituya, además, en una especie de valor y de actitud hacia la democracia.

XII Curso Interamericano de Elecciones y Democracia

Que haya diálogos también y conocimiento al interno de los medios de comunicación, de qué es lo que hacen y qué podrían hacer.

Quinto. Se sugirió como una posible buena práctica y sobre la cual podría trabajar la cooperación internacional, la regulación de la asignación, cito textualmente: “regulación de la asignación de la publicidad estatal”; porque esto afecta, de una u otra manera, la independencia o la autonomía de los medios de comunicación.

Y sexto. Creo que lo siguiente fue transversal a toda la discusión, es el asunto de la ética. Lo que es cierto es que, como toda profesión, los periodistas -y en democracia con mucha más razón- tienen un *corpus* ético que debe guiar, de alguna manera, su actividad. Pero no como un ejercicio metafísico, insustancial y hasta romántico; no, no, sino porque además, dijo alguno de los participantes, “la ética paga”. Finalmente los medios que se comportan de acuerdo con esos valores, principios y de acuerdo con esa ética, ganan credibilidad, promueven además la compra de su información, mediante el ejercicio de juicios de valor sobre la gestión pública y eso redundará en su propio beneficio.

Grupo No. 4: Wilfredo Méndez

Siento una gran solidaridad por mi grupo que me acompaña en esta tarea, ya que algo extraño pasó ahí y es que al parecer el tema nos llevó al caos. La primera pregunta lo hicimos bien y después aquí van los apuntes tal como se dieron.

Yo creo que eso magnifica el tema que nos convoca esta tarde y es que, para resumirlo así, por la importancia y por cómo nos llama a reflexionar sobre este asunto, alguien del grupo lo decía: primero creímos que los partidos políticos eran los malos; ahora en la mañana descubrimos que los malos eran los de sociedad civil, pero en este momento nos damos cuenta que los malos realmente son los de los medios de comunicación.

México

Entonces en esa línea nos llama a reflexionar la importancia que los medios de comunicación van teniendo en el fortalecimiento de nuestra democracia, y cómo los niveles de reflexión nos llevan a un momento o a empantanarnos o a reflexionar mucho más sobre esto. Voy a escribir las cosas que logré rescatar de la conversación.

Primero es que los medios de comunicación ayudan a conocer a los candidatos y las candidatas. Que ese es un punto en esencia básico pero importante, y que si hay algunas propuestas de gobierno que se conocen, es porque si no hubiese sido por los medios, quizá no se hubiesen conocido.

La relación de los medios de comunicación en la participación ciudadana, el grupo la califica como muy limitada, muy débil, es más una relación de información. Quizá se nota más en la promoción de la participación ciudadana cuando llama al elector a votar. Un voto más a conciencia, más informado. Aquí un papel limitado y débil de los medios de comunicación en la participación ciudadana.

Para responder a esta pregunta, también se mencionó que había que diferenciar claramente entre medios de comunicación. Las distintas expresiones de los medios de comunicación y como empresas mediáticas, ya que éstas establecen alianzas y promueven intereses de grupos económicos. En ese sentido se pregunta ¿podrá hacerse algo cuando se afecta a esos grupos económicos? Es un planteamiento o una interrogante que por lo menos se plantea.

Esa misma línea de pensamiento se plantea que hay que ver a los medios de comunicación como tecnología que obliga a una nueva forma de hacer política. Esto plantea un desafío para los partidos políticos, ya que ahora hay recursos que no son necesarios para tener el contacto directo con la población, sino que una persona -que es el candidato- es el que se conoce directamente y personaliza mucho la actividad política.

Una de las recomendaciones que se hace en esta línea de pensamiento, es hacer un buen uso –subrayado- de los medios

XII Curso Interamericano de Elecciones y Democracia

alternativos para promover la participación ciudadana; dirigido, sobre todo, a la sociedad civil y a los partidos políticos.

Se plantea en el tema de la tecnología que, en relación con América Latina por lo menos, el Internet es muy limitado para la población en general. Y hacíamos el comentario que cuando uno está en algunas sesiones de trabajo en Estados Unidos, ellos hacen mucho énfasis en el Internet. Pero la mayoría que está aquí se va directamente a lo que va a buscar al Internet. Cierra las ventanas que sólo basura le traen, y se va directamente a lo que va a buscar. Ahí usted no está consiguiendo votos, es muy difícil conseguirlo ahí. Es decir, eso nos obliga a nosotros a revisar realmente qué tipo de tecnología estamos utilizando.

Es importante hacer una diferenciación entre los distintos medios para entender los roles que va jugando la información, y en ese sentido ir comprendiendo qué se está haciendo en la construcción de ciudadanía; incluso ir más allá en el sentido de una construcción de civilidad que se plantea el grupo.

Otro elemento que nos debe llamar a la reflexión, es que los medios de comunicación están entrando en consorcios internacionales, y se vuelve más difícil la interlocución con los dueños que realmente imponen la pauta al medio.

También se afirmó que uno de los asuntos que es necesario revisar, es lo que se está entendiendo por libertad de expresión, ya que ésta debe estar íntimamente ligada con la responsabilidad.

Un desafío que se plantea es que se puede dar la saturación de la publicidad en la política, y que esto obligue al candidato a tener un contacto directo con la población. De pronto algunos creen que van a ganar la candidatura por tener el control de los medios, y no lo hacen, sino que saturan y la población rechaza.

Una conclusión es que los medios de comunicación son necesarios, porque después de la escuela, lo que tenemos permanentemente y que nos está llenando de información, son los medios. Lo que debemos de hacer es controlarlos a través de una legislación coercitiva que verdaderamente se aplique.

México

El grupo cierra planteándose que éste es un gran problema: el del control de los medios de comunicación para ponerlo al servicio de mejores fines, promoviendo una ciudadanía efectiva. Éste debe ser uno de los debates más profundos que nos deben de llamar la atención en estos momentos.

Para concluir, se llama la atención de que es necesario revisar si las campañas están influyendo en el ánimo de la población. Hay campañas con enormes inversiones, pero no influyen en el ánimo de la población, y lo que hay es un alto grado de abstencionismo. En este sentido, los que se están beneficiando son los medios de comunicación.

**Fin de la segunda sesión
Segundo día del curso**

Conclusión del segundo día del Curso