



Rumbo al hemisferio latino digital

Descripción

Es el inestable *semicontinente* de los mil y un golpes, pero tiene una concentración de democracias superada solamente por la vieja Europa; unos contrastes sociales y económicos tan marcados como su riqueza intelectual, propia de las vanguardias de Occidente. Es la América Latina, un sueño inconcluso en el despertar amargo de la crisis cotidiana que no cesa, de los problemas que, sin principio claro ni fin predecible, se transforman y se vuelven a transformar. Y, a pesar de todo, una tierra promisoriosa, de futuro y de esperanza, un mundo joven donde es difícil que falte la sonrisa.

En menos de doscientos años de historia republicana independiente se han hecho allí casi todas las revoluciones: las posibles y las imposibles, las marxistas y las fascistas, nacionalistas y multinacionales, casi seculares y momentáneas. Ahora los latinoamericanos tienen ante sí la que quizá sea su última revolución pendiente: la de la información generalizada, la sociedad digital y englobadora, que puede sacar a la región del atraso y la dependencia o ahondar más la distancia que ya la separa del mundo en desarrollo.

Los medios de comunicación se han convertido en uno de los primeros campos de pruebas para este nuevo reto. Como intermediarios del proceso de la comunicación y como empresas obligadas a competir, son uno de los sectores productivos más sensibles a la implantación de las nuevas tecnologías y a los efectos que éstas generan en el público. La revolución de Internet, con sus consecuencias telúricas en el reparto tradicional de funciones de los medios y en la relación con las audiencias y las fuentes, ha marcado un antes y un después en el mundo de la comunicación. Sus efectos se viven además con mayor intensidad en la montaña rusa de los contrastes latinoamericanos, en la llamada economía informal, que ha puesto patas arriba muchos análisis estadísticos sobre esta región del planeta, donde hay barrios sin asfalto ni alcantarillado que tienen televisión por cable desde hace muchos años.

En un medio ambiente poco regulado y difícilmente regulable, los medios informativos no sólo han evolucionado adheridos a las sensibilidades consumistas de sus audiencias, a veces muy lejanas de los tópicos del primer mundo, sino que han interactuado decisivamente con la población en los vaivenes de la política y de las grandes cuestiones sociales, supliendo a menudo la falta de agentes o mecanismos institucionales adecuados. Con distintas variantes, los medios encierran una de las claves para entender la evolución política latinoamericana de las últimas décadas y algunas de sus más notables peculiaridades.

Guando, hace no mucho, una cuarta parte de la población entre la Patagonia y el río Bravo era

analfabeta, se publicaban más de doscientas cabeceras de diarios. El periodismo impreso, de tradición liberal y vinculado a familias más que a gobiernos, fue uno de los factores más dinámicos a la hora de arrancar las libertades civiles a las dictaduras del siglo XX y un impulso del renacer democrático que vivieron la mayoría de las naciones en las dos últimas décadas de la pasada centuria. En los periódicos se refugiaron los únicos vestigios de oposición pública que permitían las dictaduras más severas de América. *ABC Color* en el Paraguay de Alfredo Stroessner, que gobernó entre 1954 y 1989; *Presencia*, en la Bolivia de las juntas de militares golpistas y narcotraficantes; *La Prensa* de la Nicaragua somocista (y luego de la sandinista) y el rotativo del mismo nombre del Panamá del general Noriega, incluso hoy en día la oposición más fuerte en la Venezuela sin partidos de Hugo Chávez emana de los medios de comunicación. Y quizá por ese síntoma de falta de prensa independiente del poder político se entiende que sea Cuba el único país donde las reformas del pluralismo democrático no han logrado prender.

PERIODISMO Y DEFENSA DE LAS LIBERTADES

La historia reciente de las jóvenes democracias latinoamericanas está plagada de ejemplos de la simbiosis entre periodismo y defensa de las libertades, tanto en la consecución de los regímenes democráticos como en su defensa. En los años noventa, en el Perú de Alberto Fujimori o en la Guatemala de Jorge Serrano la cruzada contra el «autogolpe» presidencial desde los medios de comunicación, a veces en una especie de carrera de relevos, fue determinante para alimentar la objeción ciudadana* en un caso durante diez años y en otro (con ejemplos como *Siglo XXI* en Ciudad de Guatemala) durante diez días.

El acoso mediático, o el eco informativo de una presión popular que sin ese altavoz hubiera sido más fácilmente sofocada, sirvió también de catalizador en las revueltas cívico-políticas que acabaron con la caída prematura de Fernando Collor de Mello en Brasil (1992), Abdalá Bucaram (1997) y Jamil Mahuad (2000) en Ecuador, Fernando de la Rúa en Argentina (2001) o Gonzalo Sánchez de Lozada, en Bolivia (2003). En estos procesos los gobernantes destituidos gozaban al principio de la crisis de un apoyo institucional suficiente para mantenerse en el poder, pero a diferencia de otras épocas y regímenes, no contaban con medios de comunicación favorables capaces de interrumpir la retroalimentación de la protesta popular. La televisión, que fue en los últimos veinte años mucho más rápida que los organismos electorales a la hora de proclamar presidentes en Iberoamérica, se adelantó también en muchos casos a los parlamentos, los tribunales e incluso a los militares, en la decisión de destituirlos.

Esos y otros muchos ejemplos no tan drásticos del empuje político de los medios de comunicación en Latinoamérica marcan dos etapas en su capacidad de influir en la gobernabilidad de las naciones. La primera, de predominio de los medios impresos, se resume en una influencia moderada y una capacidad limitada de hostigar al poder fáctico de turno, el cual solía tener pocos escrúpulos y aún menos cortapisas nacionales e internacionales a la hora de perseguir abiertamente a los periodistas. Uno de los ejemplos más vigorosos de este modelo es Pedro Joaquín Chamorro, asesinado por la dictadura nicaragüense en 1978.

La segunda etapa se fragua en los años ochenta, en forma paralela al avance de los procesos de cooperación política y de integración en la región. Las conferencias y declaraciones de iniciativas supra nacional es, como el grupo de Contadora y luego el Grupo de Río, el Sistema Centroamericano de Integración (SICA) o el Grupo Andino y Mercosur, proporcionan un nuevo marco conceptual y un

soporte internacional inédito a la singladura de la democratización. Los jefes de Estado, con las cámaras de la televisión y las grabadoras arracimadas como testigos, se reúnen con frecuencia y firman varias declaraciones por año en las que la libertad de expresión y las alianzas en defensa de la democracia salen a relucir una y otra vez. Las autarquías políticas que habían pervivido durante decenios parecen definitivamente muertas en la América Hispana y el factor de la credibilidad internacional, divulgado a los cuatro vientos por los periodistas, se instala como un sólido valor en la vida política nacional de cada país.

Algo debió ayudar también en este proceso el que, tras la amarga y mal superada experiencia de la crisis de la deuda externa, los organismos internacionales de crédito, siguiendo la nueva orientación de Washington y la más tradicional de los gobiernos europeos, adoptaran igualmente nuevos filtros democráticos a la hora de otorgar fondos.

LAS EMPRESAS AUDIOVISUALES

En el mundo de la comunicación, esta evolución coincide con la consolidación de la explosión audiovisual. La radio había dejado de ser la reina de la difusión en países donde el analfabetismo, la ortografía y el bajo precio de los receptores y los costos de operación de las emisoras le habían dado grandes ventajas frente a los periódicos. La radio había hecho ya en esta etapa su reconversión informativa (aunque todavía se emitían radionovelas en los años noventa en muchos países latinoamericanos) y sus noticieros barren las aglomeraciones automovilísticas de los grandes núcleos urbanos.

Con todo, en la América Latina emergente, aunque sea salpicada de favelas, villas miseria y cinturones marginales de São Paulo, México D.F., Buenos Aires, Caracas o Bogotá, la televisión se había erigido en el nuevo e indiscutible árbitro de la noticia. En la mayoría de los países, incluyendo a los más pequeños, menudeaban las cadenas nacionales y locales con un dominio del lenguaje informativo y una capacidad de gestionar la actualidad —aprendidos de las estaciones norteamericanas— más que suficiente para influir decisivamente con sus mensajes en la vida política y social.

En este escenario muchos gobiernos se juegan su estabilidad en los telediarios. Atrás han quedado los atribulados tiempos en los que la crítica se parapetaba tras los artículos de opinión o cuando los rotativos sólo publicaban noticias adversas al régimen, disimuladas bajo el crédito de las agencias internacionales de prensa, como en los regímenes de facto de los años ochenta en la zona andina y centroamericana.

Conquistada la democracia, y defendida con éxito en algún que otro intento civil o militar de tergiversarla, los medios de comunicación social asumieron también, en la última década, un papel protagonista habitual en la denuncia de problemas y conflictos sociales y suplieron en esa función la falta de mecanismos administrativos adecuados o suficientemente vigorosos. En Colombia con el narcotráfico, que ha dado más mártires al periodismo que varias dictaduras juntas; en Brasil con los excesos de los terratenientes, o en Argentina con las huellas del régimen militar, los medios de comunicación han articulado una repulsa social que sin ellos hubiera pasado desapercibida, en muchos casos, incluso para los jueces. En las posguerras centroamericanas y en periodos posdictatoriales sudamericanos, como el de los últimos años en Perú, cumplieron también un papel catalizador de la *asunción pública de la verdad*, del reconocimiento de las atrocidades del conflicto o las corruptelas del régimen, puestas en evidencia por comisiones nacionales o informes de

organismos cuya divulgación quedó en manos, sobre todo, de los periodistas.

LA REVOLUCIÓN DIGITAL

La región y sus medios de comunicación se meten en el siglo XXI con una amplia experiencia en lidiar con todo tipo de situaciones políticas y problemas sociales y con el tradicional contraste entre capacidad de información y desarrollo económico y social más acentuado que nunca. La pujante Latinoamérica se topa con Internet en un momento en que las clases medias —que son sus mejores audiencias— están empobrecidas por varios años de crisis y la globalización despierta más temores que ilusiones.

Pero esta revolución comunicativa trae consigo una opción de progreso para una sociedad tan dinámica y al mismo tiempo tan enfangada en la superación de contradicciones políticas y carencias sociales y le ofrece una doble oportunidad: la oportunidad tecnológica de conseguir rápidamente beneficios en forma de producción, competitividad, mejoras sociales o educación y hacerlo, además, en saltos cualitativos, sorteando escalones evolutivos que fueron obligatorios para países más industrializados; y la oportunidad informativa, de implantar nuevos, más asequibles y eficaces modelos de comunicación en sociedades con dificultades de cohesión pero en las que la información periodística figuraba ya entre sus principales activos intelectuales.

La revolución digital es, no obstante, producto de dos factores: redes de comunicación y equipos para utilizarlas, y ambos tienen un coste que hoy por hoy rebasa las necesidades elementales que pueden satisfacer sólo seis de cada diez latinoamericanos con su reducida renta per cápita.

En ayuda de los menos pudientes puede venir el constante abaratamiento de la tecnología y su creciente facilidad de acceso que, unida al interés de los fabricantes por acceder a los populosos mercados de consumo de las naciones en desarrollo, estimulará su implantación. Según los informes de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) ante la conferencia sobre la Sociedad de la Información celebrada en diciembre de 2003 en Ginebra, los factores de riesgo para la inversión en tecnologías de la comunicación son, en general, mayores en los países en desarrollo. Pero los beneficios que pueden obtenerse son comparativamente mucho más altos por el crecimiento potencial de esos mercados.

En la zona avanzada de una clasificación mundial de la UIT sobre penetración tecnológica —con España en la posición 29 y Portugal en la 33— hay seis países latinoamericanos: Chile (43), Uruguay (51), Argentina (54), Costa Rica (58), México (64) y Brasil (65). En el grupo de acceso medio a las tecnologías de la información se sitúan Panamá (72), Venezuela (73), Colombia (79), Perú (83), República Dominicana (94) y Ecuador (96).

Las perspectivas de América Latina para el desarrollo de Internet son esperanzadoras también en el documento sobre comercio electrónico y desarrollo elaborado por la UNCTAD al concluir 2003. Aunque los países en desarrollo albergaban el 32% de los usuarios de Internet de todo el mundo a principios de ese año, si persiste la tendencia actual, dentro de cinco años la mitad de los usuarios de la Red vivirá en el Tercer Mundo. En total las naciones en desarrollo tenían, a finales del 2002, 189,8 millones de usuarios de Internet y las industrializadas 401,6 millones. Europa y Estados Unidos se repartían, a partes iguales, el 56% de los usuarios de la red, Asia el 34% y América Latina el 6%. Pero esta región es, dentro del grupo de países en desarrollo, la zona que ha registrado el mayor crecimiento en materia de acceso a Internet: entre 2001 y 2002 experimentó un crecimiento del 35,5

% y pasó de 17,6 millones de usuarios en 2000, a 26,1 millones en 2001 y 35,4 millones en 2002.

SITIOS WEB DE EMPRESAS INFORMATIVAS

En los medios de comunicación la difusión de Internet ha sido abrazada con rapidez como una forma más de ganar audiencia. La riqueza de diarios, estaciones de radio y televisión del continente se ha trasladado rápidamente a la red. A falta de datos exhaustivos, uno de los directorios más amplios, el publicado por zonafatma.com, cita a 2.820 sitios web de empresas informativas tradicionales, de ellos 1.003 pertenecientes a revistas, 634 a radios, 604 a diarios y 549 a estaciones de televisión. La facilidad y el bajo coste de publicación que da Internet y su rápida extensión por las urbes de América Latina está dando lugar a un fenómeno comunicativo parecido al de la radio en los años sesenta. Aunque las páginas informativas más visitadas corresponden, según los registros de consultoras y empresas especializadas, a las cabeceras de los medios tradicionales, la floración de sitios web empieza a generar una presión innovadora sobre el mundo de la información periodística.

La Red ha doblado en pocos años el número de medios informativos de Latinoamérica porque no hay ninguno entre los tradicionales, sea escrito o audiovisual, que no tenga también una versión web.

La revolución acaba de empezar.

Fecha de creación

29/03/2004

Autor

Emilio Crespo

Nuevarevista.net