

## Capítulo 1

### MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Concepto. 3. Evolución Histórica. 4. Principales medios de comunicación. 5. Roles.

**1. Introducción.** A lo largo del tiempo los medios de comunicación han ido ocupando un lugar de gran trascendencia en cada una de las sociedades del mundo y en sus sistemas políticos, mas concretamente, durante el siglo xx con la llegada de la Globalización.

El principal interrogante que trataremos de develar es el papel de los medios de comunicación en la actualidad. Hasta que punto uno se ve influenciado en la relación Medios – Pueblo, donde las criticas van dirigidas hacia los primeros, o si por el contrario la culpa la tenemos nosotros como consumidores pasivos de algo que no es tal, sino solo un producto del mercado, con lo cual los principales responsables de esta gran revolución mediática la tenemos que empezar a buscar en uno mismo.

Dentro de este interrogante del cual obtendremos opiniones favorables y desfavorables, sea cual fuere la solución a la que arribemos, esperamos llegar a la más conveniente.

De mas esta decir que la respuesta no será unánime, partiendo de la base que los diferentes textos no han conciliado una opinión en tal sentido. Nos permitiremos al llegar el momento oportuno formar una conclusión que este abierta al disenso entre nosotros mismos de serlo necesario.

**2. Concepto.** Los mass-media son dispositivos técnico-organizativos que permiten la transmisión de mensajes significativos simultáneamente para una gran cantidad de personas desconocidas que los utilizan.

- **Dispositivo técnico-organizativo:** las posibilidades tecnológicas de estos soportes son las que facilitan su utilización social. En términos del área, el hardware (parte dura) configura las posibles utilidades. Pero la conversión de ese hardware en los MCM requiere una organización que se encargue de llevarla a cabo. Diversos elementos técnicos y personales son necesarios para que los mass-media funcionen como tales. Un mass-media implica como hardware una fuente, un codificador, un emisor, un medio, un receptor y un decodificador.

- **Transmiten mensajes significativos:** los mass-media son utilizados por individuos para comunicarse. En este aspecto, participan de las características genéricas de la comunicación humana en cuanto a elaboración e interpretación simbólica.

- **Simultaneidad de destinatarios:** simultaneidad física y/o simultaneidad temporal, son las dos formas de alcanzar muchos destinatarios.

- **Desconocimiento individualizado de los destinatarios:** lo que obliga a presuponer o estimar las características más comunes de todo ellos, para poder así a alcanzar los fines que se propuso quien los utiliza.

- **Utilización restringida:** solo unas pocas personas actúan como emisores, en el sentido amplio del término, en contraposición a los destinatarios.

El carácter institucional de los emisores convierte a los medios de comunicación en instrumentos de regulación social. La posesión y planificación del uso de los mismos pasa a convertirse en una cuestión política en la aceptación extensa del término.

**3. Evolución de los medios de comunicación.** Probablemente el siglo XX pueda pasar a la historia como la época en la que la investigación científica ha condicionado por presiones externas sus objetivos en mayor medida que nunca lo había hecho.

El descubrimiento de los electrones, de las ondas electromagnéticas, de los circuitos eléctricos y electrónicos, etc., sirvieron entre finales del siglo pasado y comienzos de este para la construcción y desarrollo de instrumentos de comunicación preferentemente audiovisuales.

El siglo XX es, en efecto, la era de la electrónica, la era atómica, la era de las comunicaciones, etc. Pero es, sobre todo, la era científico-tecnológica por el condicionamiento del desarrollo científico por el tecnológico.

La introducción de nuevas tecnologías modificó la lectura, el modo de vivir y de entender la realidad y la intervención sobre ella. Es la modificación cultural introducida por los nuevos medios de comunicación de mas, lo que va a provocar las reacciones más dispares, desde los entusiasmos más fervorosos hasta las condenas más rigurosas.

La entrada en escena del libro, del cine, de la radio, de la televisión, etc. Y su rápida utilización masiva en un corto espacio de tiempo, es motivo suficiente para convulsionar las pautas de la relación social. La progresiva configuración de las masas o de la audiencia como entidad básica para el análisis de los nuevos

fenómenos vinculados con la introducción de los nuevos instrumentos de comunicación, atrajo fundamentalmente a psicólogos sociales y sociólogos al estudio cada vez mejor planteado metodológicamente de lo que en el ámbito anglosajón se denominó mass-media. Las masas son solo el destinatario; las masas no se comunican a través de los medios; son los propietarios de esos medios quienes comunican algo.

El cuerpo de conocimiento sobre los nuevos medios creció en forma espectacular y llegó a ser más divulgado.

Las implicaciones económicas, políticas, culturales, sociales, etc., son tan profundas que difícilmente podían ser así.

La vida en las sociedades avanzadas está totalmente mediatizada. Conocer los medios o instrumentos que se utilizan en la mediación social los puede dirigir hacia objetivos positivos o negativos.

Uno de los hechos más importantes e influyentes de la historia de la humanidad en los últimos siglos ha sido el desarrollo técnico. Ese desarrollo ha abarcado todos los órdenes: la producción, la vivienda, la manera de viajar, la vida rural y urbana, la forma de hacer la guerra, la ingeniería, etc.

Uno de los aspectos de ese proceso ha sido el progreso de los medios de comunicación.

Cuando estalló en nuestro país el movimiento emancipador, la noticia de los acontecimientos de la semana de mayo de 1810 solo pudo ser conocida en América del Norte tres meses más tarde. En cambio, cuando el 20 de julio 1969, la primera tripulación humana llega a la luna, el suceso fue presenciado simultáneamente en todo el planeta, por centenares de millones de personas a través de sus receptores de televisión que captaban lo que estaba ocurriendo a más de 300.000 kilómetros de distancia.

La capacidad que tenemos hoy de hacer llegar nuestros mensajes a largas distancias en forma instantánea, a través de la televisión, la radio, el teléfono, la computadora o el fax, transmitiendo casi simultáneamente datos e informaciones, nos es tan familiar que hasta actuamos con indiferencia ante ellos.

La primera etapa de la comunicación fue probablemente la era de los signos y las señales que se desarrolló en los inicios de la prehistoria, anterior al lenguaje.

Los antropólogos opinan que el hombre prehistórico entró en la era del habla y del lenguaje alrededor de 40.000 años atrás. Para el hombre Cromagnon el lenguaje ya era de uso común. Hace 5.000 años se produjo la transformación hacia la era de la escritura, la que se constituyó en una progresiva herramienta del progreso humano. Llegar a la escritura significó pasar antes por las representaciones pictográficas que reflejaban ideas hasta la utilización de letras que significaran sonidos específicos.

Otro de los mayores logros humanos a favor de la comunicación se produjo en el siglo XV con la aparición de la imprenta de tipo móviles que reemplazó a los manuscritos. La idea fue concebida por un orfebre, Johann Gutemberg, quien después de muchas pruebas descubrió un sistema único para hacer los caracteres de imprenta.

El nacimiento del libro amplió las posibilidades de la comunicación y la difusión de la lectura y de la escritura: ya en el siglo XVI las imprentas producían miles de libros en diversos idiomas.

En el siglo XVII, la publicación de periódicos era común en varios países de Europa occidental y se generalizó extendiéndose luego a las colonias americanas.

Sobre todo a partir de los inicios de siglo XX, los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo produjeron cambios en el modo de actuar y sentir de los hombres. La eficacia de la letra impresa fue contundente, y la demostró sin rival hasta la aparición de otros medios masivos de comunicación que compitieron en la información.

Las ventajas del periodismo se manifestaron en términos de:

- \* Expresividad: contenían una mayor gama de noticias, de ideas y de sentimientos. El individuo que da ampliado al entrar en relación con una vida más variada.

- \* Rapidez: Las noticias y las informaciones generales llegan con más celeridad y las sugerencias para el cambio se amplían.

- \* Difusión: Llegan cada vez a mayor cantidad de gente. Los tiempos se superan hasta provocar la excitación de la multitud.

Las luchas por aumentar las tiradas y las cifras de circulación, y por consiguiente mayores ingresos publicitarios y beneficios, produjeron un fenómeno nuevo con la utilización de ciertos materiales, trucos, recursos y estilos para hacerse más atractivos al público. Un periódico publicaba una historia llamada "Niño amarillo", y esto dio lugar a la denominación de periodismo amarillo. Ésta aún subsiste con su cuota de sensacionalismo, su despreocupación por la estética y por su vocación de transformar los dramas de la vida en un melodrama.

En el siglo XIX se habían aportado los primeros medios de comunicación instantánea: el telégrafo por cable (Samuel Morse en 1844) y el telégrafo sin hilos (Guillermo Marconi en 1895). El ingeniero Alexander Graham Bell aportó el teléfono en 1876.

En 1874, durante la presidencia de Sarmiento, se inauguró el cable telegráfico trasatlántico que conectó Buenos Aires con la red mundial: desde entonces los diarios argentinos empezaron a incluir en sus columnas los "cables" (mensajes telegráficos) llegados por esa red desde distintas partes del mundo.

La primera década del siglo XX aportó muchos perfeccionamientos técnicos, los equipos de radio se hicieron más livianos y poco a poco, la radiotelefonía se generalizó, sobre todo después de la primera Guerra Mundial. La primera transmisión radial Argentina tuvo lugar en 1920.

En 1929, J. Boird basándose en experimentos anteriores consiguió la primera transmisión televisiva, con una imagen muy poco definida. Diversas modificaciones técnicas las fueron perfeccionando y poco después se ponían en marcha las primeras emisiones públicas.

El nuevo medio fue paulatinamente incorporado a los hogares y en el período inicial, tener un televisor era para las familias un símbolo de status.

La T.V se generaliza a partir de la Segunda Guerra Mundial; en nuestro país el primer canal emisor se inauguró en 1961 con la transmisión de una foto de Eva Perón, la apertura de la llamada "Era Espacial" en 1957 (cuando se puso en órbita el primer satélite artificial) abrió un nuevo panorama, pronto se contó con los primeros satélites de comunicaciones.

En 1965, durante la presidencia de Arturo U. Illia, la Argentina se adhirió al servicio del consorcio internacional Intelsat y se reservó al Estado Nacional la utilización de los servicios de telecomunicaciones vía satélite. En 1969, durante el gobierno de facto de Juan C. Onganía, se inauguró la estación terrena para comunicaciones vía satélite de Balcarce, una de cuyas primeras actividades fue la captación del alunizaje de los astronautas americanos Neil Armstrong y Edwin Aldrin.

Al iniciarse la década del '80 existían en nuestro país 155 emisoras y repetidoras de radio y 39 canales de emisores de televisión a los que se sumaban, a su vez, más de 90 repetidoras.

En 1994 se calculaba que funcionaban en nuestro país, más de 3300 emisoras de radio y 1200 de televisión. Estas cifras comprenden desde las emisoras oficialmente reconocidas hasta las radios de escaso alcance; desde los canales televisivos abiertos o de cable hasta las simples estaciones repetidoras.

El cine fue inventado en 1895 en Francia, por Conisy Auguste Lumiere, y ya en 1897 Eugenio Py produjo en nuestro país la primera filmación local, se trataba de una breve película cuyo tema era la bandera Nacional.

A las primeras versiones de cine "mudo", se sumaron en las décadas de 1920 y 1930 el cine sonoro, los filmes en color (popularizados luego de la Segunda Guerra Mundial), el cinema Scope y otras técnicas. Su impacto sobre la sociedad fue notable.

Cuando se generalizó la T.V, se puso en duda su supervivencia.

El impacto de la televisión, la difusión de los videos y el crecimiento de otros medios electrónicos de comunicación han mermado la asistencia del público.

Esto no supone la desaparición del cine. Se siguen produciendo películas de gran calidad que aseguran su perdurabilidad en el tiempo.

A través de las computadoras la tecnología de la comunicación sufrió cambios, estas se han convertido en elementos casi familiares y no se duda de que con el correr del tiempo se elabore con ellas un nuevo sistema de medios.

De la misma forma que el advenimiento del lenguaje le abrió a la gente nuevas puertas para que pudiera escapar de los límites de la comunicación circunscripta, la llegada de la comunicación de masas y su transformación en sistemas de comunicación complejos permite a los seres humanos de nuestros días organizarse a una escala más global.

A través de su compleja telaraña de relaciones de dependencia con los individuos, las redes interpersonales, las organizaciones y los sistemas sociales, el sistema de medios ha evolucionado desde el status que tenía en la década del '30 del siglo pasado hasta su status contemporáneo como sistema de información fundamental para la continuidad de la sociedad.

#### **4. Principales medios de comunicación.**

##### *- Publicidad*

Actividad que se caracteriza intencionalmente por el mensaje que se elabora, buscando el cambio de actitudes, rasgos cognitivos y comportamiento de los destinatarios, utilizando para ello diversos soportes tecnológicos.

Vinculada estrechamente con la publicidad está esta la propaganda política.

Modernamente se dirige a la emoción como forma de sugestión hipnótica, procura influir emocionalmente sobre los sujetos, para someterlos luego también desde el punto de vista intelectual. Estos métodos son esencialmente irracionales, no tienen nada que ver con la calidad de la mercadería y debilitan o matan la capacidad crítica del cliente.

Los MCM no solo se prestan para que se los desprecie o insulte, sino que son también vehículo para ciertas manifestaciones de paroxismo colectivo en los cuales el público ha venido a tener una participación nueva: "la teleparticipación".<sup>1</sup>

La publicidad ya no se limita a informar de la existencia de un producto determinado, sino que trata de crear necesidades.

La publicidad puede llegar a ser nociva cuando su objetivo apunta a crear artificialmente necesidades de bienes superfluos o encarece los costos de producción con onerosas campañas que tienden a promocionar artículos competitivos que tienen mucho menos diferencias entre sí que las que sus promotores intentan hacer creer al público.

#### - *Propaganda*

Se llama propaganda al conjunto de técnicas destinadas a propagar ideas, doctrinas y opiniones para hacer que esos conceptos sean aceptados por la gente, y que como consecuencia, las personas y los grupos convencidos se adhirieran a ellas.

La publicidad comercial se hizo más directa, visual, emotiva, primaria, persuasiva con el pasar de los años. Los publicitarios emprendieron nuevas técnicas para manipular al consumidor y apelar a sus reportes más hondos.

En el siglo XX, aparece la propaganda política como una empresa organizada para influir y dirigir la opinión sobre la masa moderna y sus medios de acción (las nuevas técnicas de información y comunicación).

La propaganda no es meramente informativa, o sea, que no se limita a hacer conocer puntos concretos de un programa o las características de un candidato. Es subjetiva, parcial, tendenciosa.

En ese marco es posible que se exagere, se prometa con excesiva facilidad y, aún, se mienta. Pero en una sociedad abierta donde todos tienen las mismas posibilidades de llegar al público, los argumentos pueden ser rebatidos y las falsedades puestas en evidencia.

A diferencia de la publicidad, que es esencialmente comercial, la propaganda es esencialmente política. Ambas son moralmente aceptadas o repudiadas, según los fines que persigan y los medios que empleen.

#### - *Prensa*

El periódico comparte con la radio y la televisión la mediación entre el conocimiento de la realidad y los sujetos. La mayoría de los acontecimientos son conocidos por los lectores a través del periódico. La realidad es dada a conocer parcializada en noticia. Esta es la materia prima fundamental con la que trabaja la prensa periodística. El producto que elabora, el periódico, es una relación de noticias bastante extensa que se facilita diariamente. Dada la redundancia habitual en este medio, los titulares y supratitulares, permiten enterarse de lo que pasa con solo leer estos enunciados.

---

<sup>1</sup> SARTORI, Giovanni. Homo Videns. La sociedad teledirigida. Ed. Taurus.

- *Cine*

Probablemente sea el medio que ha sufrido menos las presiones de los distintos tipos de poder social en comparación con la gran audiencia que tiene.

La imagen en movimiento es una macro estructura que al combinar varios sistemas de signos: icónico, cinético, verbal. La mezcla perfecta de estos sistemas provoca la sensación de realidad. La relación entre texto visual y recurso visual en la imagen cinética se estrecha hasta casi confundirse, en la medida en que las acciones de secuencialidad y temporalidad son las bases de toda expresión de comunicación sea esta visual, lingüística o gestual.

Lo que nos lleva a suponer que la vinculación con personas poco definidas puede llegar a condicionar sus comportamientos, de tal manera que reaccione ante el mensaje que le llega.

- *Radio*

La radio es un medio esencialmente auditivo: dentro de la jerga audiovisual se conoce como "audio".

Por la rapidez con que se difunde, la economía del servicio y el alcance de su emisión, la radio es un valioso elemento de información y educación.

En una época la radio tría algo nuevo en la comunicación para las masas: la inmediatez. A veces no nos enteramos de lo que está pasando sino de lo que nos dicen que está pasando.

Otra novedad fue el realismo de la radio que llegó a ser un nuevo medio de comunicación y expresión: verdaderos descubrimientos de mundos sonoros.

- *Televisión*

La atracción que ejerce sobre las masas es de naturaleza psicológica y artística en el sentido de un arte popular con características muy particulares y distinta a la convencional.

La T.V nos ha puesto frente a algo totalmente nuevo. Es preciso idear nuevos métodos para estos nuevos medios.

Según Sartori la TV es explosiva, porque destrona a los llamados líderes intermedios de opinión y por que se lleva por delante la multiplicidad de autoridades cognitivas que establecen de modo diferentes, para cada uno de nosotros, en quien debemos creer, quien es digno de crédito y quien no lo es.<sup>2</sup>

Es conocida por todos la influencia que tiene la televisión en la vida de las personas y la cantidad de tiempo libre que se le dedica.

Algunos de los investigadores afirman que esa influencia es muy grande en el caso de los chicos y jóvenes, en especial en la formación de su identidad. Las imágenes tienen cada vez más poder de convicción, es decir, es muy fácil creer que lo que se ve en televisión es verdad.

Por un lado los medios televisivos son instrumentos de poder. Por otro lado la televisión da menos información que cualquier otro instrumento de información.

Internet

Internet puede definirse como una red de redes de computadoras de alcance mundial, que permite a millones de usuarios conectados a la misma: compartir, intercambiar, extraer e introducir información desde cualquier lugar del mundo. Está

---

<sup>2</sup> SARTORI, Giovanni. Opinión publica. Cap.VIII, 1995

constituida por un mundo interactivo y polivalente. Esto nos lleva a pensar que la televisión se encuentra superada. Es esto así? De ninguna manera. Así como la radio y la prensa no han sido anuladas por la televisión, no hay porque pensar que Internet hará lo propio con ella.

Estamos frente a una salida cultural?

Es interesante la reflexión que hace Maurice Duverger, quien sostiene que en teoría Internet es una salida cultural, pero que lamentablemente en la practica quien se encuentra frente a ella es el sujeto ya influenciado, sujeto a manipulaciones interesadas. Es lo que él ha dado a llamar cretinización del publico, con lo que puede ser conducido con facilidad utilizando los medios de comunicación masivos para que apoye cualquier finalidad ajena al bienestar general.<sup>3</sup>

**5. Roles.** Antiguamente la comunicación en su sentido amplio se consideraba que tenia el rol de comunicar, entendiéndose que tenia tres objetivos

- informar
- educar
- distraer

En la actualidad lo que buscan las empresas de comunicaciones es, primero, vigilar para saber lo que uno va a comprar, consumir, leer, etc., para así poder hacer un retrato robot de quien uno es para vender luego lo que ellos quieren. Eso es lo que a ellos les importa, saber quienes son los potenciales clientes, y esto es lo que a la larga vale dinero.

El segundo objetivo es el de anunciar y cuanto uno mas anuncia es mejor.

Y el tercer y ultimo objetivo es vender, mediante el medio, las grandes empresas comercian directamente con el cliente ya hipnotizado por ellas.

## **Capitulo II**

---

<sup>3</sup> DUVERGER, Maurice. Diccionario político y jurídico. Julio Cesar de la Vega. Pag.68

## **EL PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION**

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Surgimiento como poder (Cuarto poder). 3. Cuarto o primer poder? 4. Dictadura de los medios.

**1. Introducción.** Haciendo un poco de historia vemos que quien maneja las ideas de una Sociedad es quien determina el curso de la misma. Esto nos demuestra como funciona la estructura de dominación en las sociedades posmodernas – contemporáneas y su influencia en la llamada Democracia. Estas ideas que describen la realidad social son plasmadas a través de los medios de comunicación, la prensa oral y escrita, afectando la vida de aquellos a quienes la información esta dirigida, es decir el común de los ciudadanos.

Esta información que debería ser de forma objetiva, solo lo es en forma parcial, ya que ciertos grupos han apelado a la sensibilidad del mismo como el medio mas apropiado actualmente para insertar en la sociedad ciertas ideas logrando una resistencia menor o nula a ciertos pensamientos o cambios.

Por lo cual intentaremos determinar si estos han sido verdaderos canales objetivos de información o instrumentos utilizados como la base para el ejercicio de poder de ciertos grupos políticos y económicos.

**2. Surgimiento como poder (Cuarto poder).** La denominación y el concepto de cuarto Poder, surgen contemporáneamente a al formación de los Estados demo liberales que comenzaron a constituirse luego de las revoluciones burguesas de los S. XVII y XVIII y de la independencia americana de 1776.

Estos nuevos ordenamientos gubernamentales que introdujeron la división de poderes con el fin de lograr un equilibrio por el sistema de contrapesar la manifestación del poder. El poder controla el poder. De esta manera, quedaron tres poderes instituidos (legislativo, ejecutivo y judicial).

Paralelamente con este proceso va ampliándose la necesidad de información. Con anterioridad, la invención de la imprenta le confirió mayor solidez y amplitud al Renacimiento y a la Reforma y fue uno de los factores fundamentales que hicieron posible la revolución francesa. Luego de las revoluciones burguesas y con la aparición de la incipiente participación de la ciudadanía, a través del sufragio censitario primero y del universal después, se creo una considerable cantidad de publicaciones políticas. A partir de aquí la información continuada a través de la prensa escrita (diarios) se convirtió en una institución que fue generalizándose bajo diversas formas en todo el planeta.

Esta institucionalización de la prensa, que se desarrollo en forma casi simultanea con las nuevas formas de gobierno que introdujeron a división de poderes, dio origen al concepto y a la denominación de cuarto poder.

Como es obvio, la prensa recibe este nombre porque surge como un poder, al lado de los tres mencionados, ya que influye políticamente a al opinión publica por medio de la información constante y opera, con su influencia publica, como contrapeso en las funciones de decisión y ejecución que realizan los poderes ejecutivo, legislativo y judicial.

La prensa siempre fue consciente de su importancia política, y por ello fue la primera en considerarse cuarto poder. Posteriormente fueron apareciendo otros medios que reafirmaron esa situación de influencia constante y creciente sobre la opinión publica, y en consecuencia, sobre los tres poderes del Estado.

La existencia de una prensa independiente asegura la diversidad de opiniones, sobre todo si existe una pluralidad de medios de información, en donde pueden tener expresión las distintas ideas y criterios. Esto es posible en los regimenes democráticos en donde la libertad de prensa es un derecho constitucional, pero no lo es bajo gobiernos autoritarios que restringen la información y todas las publicaciones están sometidas a su control y censura. Es por ello que en estos regimenes no se puede hablar de un cuarto poder, y ni siquiera de división de poderes, ya que el aparato de gobierno se encuentra concentrado en una o en pocas manos.

La actual concentración de las comunicaciones en las manos de unos pocos, con su consecuente limitación del derecho a la información, y la imposición por esa vía de un pensamiento único con un profundo papel ideológico que protagonizan las corporaciones mediáticas para tal fin, no hace mas que confirmar la posición en que se encuentran los medios de comunicación.

**3. Cuarto o primer poder?** Con el correr del tiempo se ha ido acentuando cada día mas la posición que ve a los medios de comunicación como un 4to poder, independiente de los otros 3 poderes que forman la llamada División de Poderes, en los términos de Montesquieu.

Ahora bien, es el momento de preguntarnos hasta que punto es acertado esto, ya que a nuestro parecer existen fundamentos valederos para que sostengamos que lejos de ser un 4to poder, los mismos constituyen el primer poder, con lo cual, no solo es un poder sino que es aquel que influye de manera directa a la hora de determinar a los otros 3.

En nuestros tiempos la prensa ha llegado a tener un lugar primordial por excelencia, ya que esta establece la agenda de discusión publica. Es un avasallador poder político que no puede ser controlado por ninguna ley. Determina lo que la gente habla y piensa con una autoridad reservada solo para algunas personas privilegiadas en el mundo.

La complicidad de estos medios de comunicación con los procesos corruptos han llevado hasta la quiebra a países luego de colaborar con su desmembramiento, siendo parte todo esto de una estrategia para fortalecer sus negocios y extenderlos.

Como se puede ver hoy en dic la mayoría de las corporaciones mediáticas y las de segunda línea controlan la mayoría de los medios del mundo, buscando la uniformidad, comprando el producto nacional cuando este logra la preferencia de al

audiencia, y en especial cuando esta no esta acorde al poder de turno, todo esto para modificarlo o discontinuarlo de tal manera que desaparezca o se mantenga en el molde.

La democracia consiste en poner bajo control el poder político. Es esta su característica esencial. En una democracia no debería existir ningún poder no controlado. Ahora bien, sucede que la televisión se ha convertido en un poder político colosal, se podía decir que potencialmente, el más importante de todos, como si fuera Dios mismo quien habla. Y así será si continuamos consintiendo el abuso. Se ha convertido en un poder demasiado grande para la democracia. Ninguna democracia sobrevivirá si no pone fin al abuso de ese poder. “Creo que un nuevo Hitler tendría, con la televisión, un poder infinito”.<sup>4</sup>

**4. La dictadura de los medios.** Mediante un ejemplo de la vida real nos encargaremos de comprobar que nos encontramos frente a un adoctrinamiento socio cultural, no ya en cabeza de una persona física, sino tras una cortina que son los medios de comunicación.

El caso en cuestión es el siguiente; 9 empresas globales de comunicación ( 8 de ellas Estadounidenses) controlan la mayor parte de los satélites, las telecomunicaciones, la televisión, la radio, Internet, el acceso a la información, la industria cultural y el entretenimiento en todo sentido, imponiendo patrones de consumo y formas de vida en todo el mundo. Estos imparten un mensaje monocultural de los medios de comunicación globales que le están haciendo a la diversidad cultural lo que la globalización económica y la explotación no sustentable le hizo a la biodiversidad del mundo. Hoy existen mas de 5000 lenguas y culturas en todo el planeta, la inmensa mayoría amenazadas con desaparecer.<sup>5</sup>

Otro caso paradigmático estaría dado por el Cine ¿Cómo? Sí, efectivamente en el Cine. Es decir, en todos sus filmes aparece un norteamericano o varios que ayudan a los desvalidos locales a luchar contra los indeseables. De esta manera se estaría marcando la necesidad de dependencia del mundo de los aportes económicos, militares, etc.... de los Estados Unidos.

Ellos detentan la verdad, la bondad y el poder de castigar cual Dios todo poderoso. Este panorama se repite a diario en la televisión y en el cine potenciando el impacto de las noticias que llegan a través de la radio y la prensa escrita.

---

<sup>4</sup> POPPER, Kart. “Licencia para hacer televisión”, en Nexos No. 220, Mexico, abril de 1996.

<sup>5</sup> W.A.C.C. ( Asociación Mundial de Comunicación Cristiana) Informe “la propiedad de los medios de comunicación” del 5 de agosto de 2005.

## **Capítulo III**

### **LOS MEDIOS Y LOS SISTEMAS DE GOBIERNO**

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Sistema Democrático. 3. Sistema Totalitario y Comunista. 4. Elecciones.

**1. Introducción.** Con el correr de los tiempos el hombre experimento las más diversas líneas políticas.

Desde los gobiernos totalitarios que se generaron en Europa, como el Nazismo (con todo el horror del Holocausto Judío) y el Comunismo (con su lema “el Estado es todo”) hasta el Capitalismo Neoliberal que se vive en las ultimas décadas y que pone al factor humano en un lugar secundario. Lo cierto es que la historia demostró que ninguna ideología puede transformar al mundo.

Llegado el nuevo milenio se nos ha presentado la 3era vía como una nueva solución que seria una relación de las principales características tanto del Capitalismo como el Comunismo. Ambos sistemas llegaron a alinear a la Sociedad. Sin embargo, actualmente es necesario que los pensadores como aquellos que ejercen el poder a través de los distintos medios de difusión de ideas, buscando un punto de equilibrio entre estas 2 corrientes que garanticen a cada individuo un lugar en este planeta y las condiciones necesarias para poder expresarse y realizarse.

A lo largo de este capítulo desarrollaremos un repaso de los principales sistemas políticos a nivel mundial, que más han sobresalido durante el milenio pasado: Democracia, Totalitarismo y Comunismo.

Luego una vez tenido en claro esto descifraremos el papel de los medios de comunicación en cada uno de dichos procesos, cada uno con sus pro y sus contra.

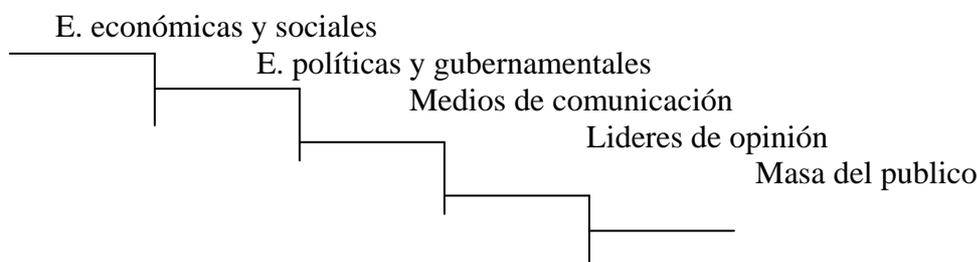
**2. Sistema democrático.** La democracia contemporánea ha creado complejos sistemas de participación, representación y contrapesos. Es de vital importancia en un sistema como este la representación de las minorías y la libre elección de los gobernantes, cosas que se manifiestan de pleno en el acto por excelencia que caracteriza a la democracia, que no es ni más ni menos que la posibilidad que tenemos como ciudadanos de votar.

Ahora bien, más importante aun es el papel que juegan los medios de comunicación en el proceso previo al acto eleccionario, que consiste en la formación de la opinión pública. Casi siempre, o con mucha frecuencia, la opinión pública es un dato que se da por descontado. Existe y con eso es suficiente. Es como si las opiniones de la opinión pública fueran ideas innatas. En primer lugar, la opinión pública tiene una ubicación, debe ser colocada: es el conjunto de opiniones que se encuentra en el público o en los públicos. Pero la noción de opinión pública denomina sobre todo opiniones generalizadas del público, las cuales son del público en el sentido de que público es realmente el sujeto principal. Debemos añadir que una opinión se denomina pública no solo por lo anterior expresado, sino también porque implica la res pública, la cosa pública, es decir argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos.

Opinión es Doxa, no es Episteme, no es saber y ciencia; es simplemente un parecer, una opinión subjetiva para lo cual no se requiere de una prueba. Del mismo modo, las opiniones son convicciones frágiles y variables. Si se convierten en convicciones profundas y fuertemente enraizadas, entonces debemos llamarlas creencias.

Para comprender cabalmente todo este proceso, nos remitiremos a un autor llamado Karl Deutsch.<sup>6</sup>

Este, en su obra nos presenta de manera clara y sencilla el proceso de la formación de la opinión pública, mediante su comparación con una cascada. Según esta las opiniones discurren de arriba hacia abajo a través de varios saltos, el remanso o deposito mas elevado lo constituyen las elites económicas y sociales, le siguen las elites políticas y gubernamentales, los medios de comunicación, los lideres de opinión y por ultimo, la masa del publico.



De los cinco niveles del “interjuego de la opinión”, dos revisten vital importancia, estos son: los medios de comunicación y los creadores o lideres de opinión.

<sup>6</sup> KARL, Deutsch. “El análisis de las relaciones internacionales” de 1968. Pag. 101-110.

Actualmente la formación de la opinión pública se asienta en gran parte sobre los Medios de Comunicación. Nociones tales, como la selección de noticias, prioridad de notas y términos de referencia en la transmisión de noticias, de la función de custodia para evitar la corrupción y el abuso, de la desviación y o distorsión prismática y otras similares, se aplican fundamentalmente a la actuación de los medios de comunicación y a su impacto.

El mundo es pare el público en general, el mensaje de los medios de comunicación. Si los medios no son, en la Democracia, tan persuasivos como se teme, ello se debe en no poco a que el próximo y verdadero gran salto de la cascada, incide en, y en mediado por, los creadores de la opinión pública local.

De este modo, los líderes de opinión local pueden bloquear o reforzar, disminuir o ampliar y seleccionar, en cualquier caso, la importancia de, y otorgar credibilidad a, los mensajes de los medios de comunicación. Lo que significa en primer lugar, que entre la emisión del mensaje y su recepción tiene lugar una remodelación global y en segundo término, que la masa del público no es un público atomizado, totalmente aestructurado ante la absorción de los mensajes de los medios.

Evidentemente este modelo no explica las corrientes de opinión, solo se centra en las relaciones internacionales que son sobre las cuales trato Deutsch. Otra observación, es que solamente se limita a prestarle atención a algunos temas dejando de lado a los grupos de ideas y a su ubicación, como de costumbre ocurre se deja de lado al que puede aportar alguna idea o invención que compone la llamada población intelectual, pero a poco de seguir investigando nos damos cuenta que esta población lamentablemente se encuentran en gran número, desempleados o subempleados y se concentran cada vez mas en el remanso residual que no es ni mas ni menos que el ultimo dentro de la cascada.

Será que cada ves la gente que pertenece al grupo intelectual, esta dejándose mas de lado? Será que el Estado nos esta adoctrinando, y desculturizando?

Todo esto es relativo, todo lo dependerá desde que punto lo veamos.

Hay que reconocer que el Estado goza con el poder de controlar los instrumentos de socialización como los medios de comunicación, por tal motivo concentra en sí la única voz.

Pero para ello hay ciertas condiciones que permiten la existencia de una opinión publica relativamente autónoma, y estas son: un sistema educativo que no sea un sistema de adoctrinamiento, y una estructura global de centros de influencia plural y diversa.

Lo esencial para poder argumentarlo es que una opinión pública libre deriva de y se apoya en una estructura policéntrica de los medios de comunicación y el interjuego competitivo de estos. En breve, la autonomía de la opinión pública presupone condiciones del tipo mercado.

No hay que olvidarse que partiendo de la base que estamos frente a un sistema Democrático la principal virtud de este modelo de cascada, reside principalmente en que cada depósito remodela competitivamente los mensajes que recibe, independientemente de los otros y en su forma peculiar. Otra virtud de nuestras democracias es que en ellas los procesos de formación de la opinión pública no son, según se infiere de lo expuesto, específicamente jerárquicos las diferencias entre los

distintos sectores de la cascada son muy reducidas, no existiendo una jerarquía fija en el flujo de la opinión.

Que se quiere decir concretamente cuando uno habla de Democracia? Que es la Democracia? No es ni más ni menos que el gobierno por el pueblo que como vimos se manifiesta de pleno derecho en el acto eleccionario. Ahora bien, es preciso diferenciar titularidad de ejercicio, ya que el pueblo soberano es titular de este poder, pero nos encontramos frente a un demos debilitado a la hora de su ejercicio.

Y este es el principal problema al que nos enfrentamos, que la mayor parte del público no sabe casi nada de los problemas públicos, la base de información del demos es de una pobreza alarmante.

La democracia tal cual en nuestros días, como forma Representativa, ya no nos satisface, y por ello reclamamos mas democracia, concretamente mas democracia directa. Y así surge lo que se ha dado en llamar la Tercera Ola<sup>7</sup> que nos habla sobre una democracia semidirecta, donde los referéndum están aumentando y se convocan cada vez mas a menudo, e incluso el gobierno de los sondeos acaba siendo, de hecho una acción directa, un directísimo, una presión desde abajo que interfiere profundamente en la solución de los problemas. Pero a poco que nos demos cuenta, es de vital importancia que a cada incremento de demo-poder, se le corresponda un incremento de demo-saber, de otro modo la democracia se convierte en un sistema de gobierno en el que son los más incompetentes los que deciden. Y cual es la causa del alto grado de desinterés y de ignorancia del ciudadano medio? No es ni más ni menos que los medios de comunicación que nos hacen creer que los sondeos de opinión son la opinión en mayoría y de manera creíble, cuando todos sabemos que esto no es así.

**3. Sistema Totalitario.** Antes de empezar a hablar sobre la mecánica de los medios de comunicación en un Estado Totalitario, es preciso hacer referencia a las características propias de un Estado como este, y que mejor para esto que remitirnos a las palabras de Carl Schmitt<sup>8</sup> quien luego sirviera de base para los ideales de Adolf Hittler y su régimen Nazi.

Él partía de la base que se nos presentan las siguientes:

- ideología oficial
- único partido de masas
- monopolio gubernamental de las armas
- creación de un sistema policiaco de terror
- economía dirigida de manera centralizada
- y por último y la más importante en lo que nos respecta, es la formación de un monopolio de los medios de comunicación

Volviendo al tema desarrollado en el punto anterior, el método de Deutsch sobre la Cascada y su formación de la opinión pública sufre en un Sistema Totalitario todo tipo de descompensación, todo lo dicho para el sistema democrático se desvanece aquí.

Su característica fundamental es el establecimiento de una cascada netamente jerárquica, en la que cada depósito o remanso posee sólo un defecto de refuerzo, de amplificación. Solo existe una voz, la sola voz del régimen que fluye hacia abajo

---

<sup>7</sup> TOFFLER, Alvin. "El cambio del poder". Ed. Plaza y Janes 1995

<sup>8</sup> SHMITT, Carl. "Sobre el parlamentarismo" Ed. Tecnos Madrid 1990.

imperturbadamente, sin interrupciones ya que los depósitos están en calma, transformados en cajas de resonancia, En los regímenes totalitarios, esto se hace de dos maneras: mediante una bóveda de terror a lo largo de toda la línea jerárquica y a través de una movilización en el nivel de base. Al mismo tiempo, la movilización de las masas por los activistas del partido sirve al doble propósito de destrucción de los núcleos de borboteo y de los creadores espontáneos de opinión. El proceso educador se convierte en un proceso de adoctrinamiento, ya que tan solo existe una doctrina y las demás estas proscriptas.

En cuanto al sistema uní céntrico de propaganda totalitaria es un sistema cerrado, en el que cuanto más hermético es el cierre y la impermeabilidad, mayor es la eficacia. Se produce una censura de todos los mensajes procedentes del mundo externo, las mentiras sin trabas y el impedir la difusión de ciertas noticias son prácticas habituales.<sup>9</sup>

El caso más emblemático y que más hemos tenido que sufrir como Argentinos que somos, fue el Golpe de Estado de 1976 o más conocido como Proceso de Reorganización Nacional. En lo que a los medios respecta, jamás hablaron de sí mismos como actores de aquel Golpe, y se los considera grandes responsables, no ya del golpe en sí mismo, pero si de aquel letargo en el que mantuvieron al Pueblo Argentino durante esos 7 años.

El mismo día en que comenzó el terror (24 de Marzo de 1976) mediante comunicado número 19 de la Junta Militar se establecieron penas de hasta 10 años de reclusión al que por cualquier medio difundiere, divulgare o propagare noticias, comunicados o imágenes con el propósito de perturbar, perjudicar o desprestigiar la actividad de las Fuerzas Armadas, de seguridad o policiales, con lo que se imponía un terror de estado y se limitaba totalmente el derecho a la libertad de prensa, lo que es una de las principales características de un Estado Totalitario.

Los medios de comunicación, el periodista como hacedor de un oficio tan elemental y tan decisivo como cualquier otro, debería hacerse cargo de la crucialidad de su responsabilidad. La mayoría de los medios de comunicación y muchos notables periodistas, más que ser sumisos y salvar el pellejo, la pasaron bien. No fueron víctimas. Ni fueron inocentes. Decir que no fueron inocentes es una manera suavísima de decir que fueron, también, particularmente culpables.

Los medios en si fueron partidarios del Golpe, se los llegó a llamar “el segundo poder”, a la hora del manejo del pueblo mediante noticias que no se correspondían con la realidad.

El mejor camino para que el gobierno militar no se aislara de sus “mandantes”, era trabajar con la prensa. Se suele decir que el primer mandatario es siempre el presidente de la Nación ya que es elegido por la mayoría del pueblo en elecciones libres, con lo cual todos los votantes seríamos los mandantes, sin embargo de más esta decirlo en una Dictadura no podemos mas que hablar de “mandantes”.

Los medios gráficos han sido la cadena de transmisión de la operación propagandística de las dictaduras especialmente en sus editoriales o en la apuesta trivial del pan y circo.

---

<sup>9</sup> BLAUSTEIN, Eduardo y ZUBIETA, Martin. “Decíamos ayer” (ver anexo 6, 7.)

El papel de los medios y el periodismo ha sido escasamente abordado en la discusión sobre la dictadura, o fue analizado de manera fragmentaria, convulsiva, a menudo subordinada a las urgencias de lo político.

Al cabo de toda esta historia de terror y pesadilla y más puntualmente al cabo de los siete años informativos de la dictadura, ¿quienes habrán mentido más y quiénes habrán dicho la verdad? Hay unas pocas voces en la prensa gráfica tradicional que se atreven a denunciar las violaciones a los derechos humanos, entre líneas o frontalmente, y hay apenas una figura que conceptualiza la dimensión de lo ocurrido, la única que alcanza a encarnar ese deber que a esta altura del horror del pasado y del cambalache contemporáneo bien puede parecer trivial o puramente litúrgico: el deber del bueno periodista de informar la verdad, esa figura, que trabajaba con unos pocos mas y en la clandestinidad, representaba curiosamente una de las caras infernales del enemigo subversivo: Rodolfo Walsh, quien llegó a decir: “o estos miles de presos detenidos por hombres en actividad de las Fuerzas Armadas está en su jurisdicción, entonces toda la jerarquía militar miente y construye una gran farsa cuando nos recibe sonriente y amablemente, o los comandantes que actúan de esta manera no está subordinados a sus mandos, y entonces la situación es gravísima. Calcule usted, las consecuencias y la responsabilidad histórica de quienes ascendieron al poder el 24 de Marzo con la bandera del monopolio del poder por el Estado... ¿Cómo no tienen conciencia de que de aquí a dos años sea que hayan matado a los veinte o treinta mil marginales que han encarcelado o esperan encarcelar, o sea que los suelten, luego de meses de ocultamiento y encadenamiento, encapuchamiento y torturas, la literatura sobre el tema va a inundar al país y se volverá un boomerang imposible de detener sobre las propias Fuerzas Armadas?”<sup>10</sup>

Entre las principales noticias publicadas en los principales diarios del país durante aquella época, se encuentran las siguientes:

“Argentinazo: Las Malvinas recuperadas”

“En las Malvinas hay gobierno Argentino”

“Ya estamos ganando”

Todas estas noticias giran en torno al último intento de sometimiento de parte del gobierno dictatorial hacia el pueblo de la Nación, que consistió en el intento por la Reconquista de las Islas Malvinas, se puede decir el último manotazo de ahogado que intento este gobierno ante el final inminente de su accionar.<sup>11</sup>

Otro caso de gran importancia e nivel mundial en cuanto al monopolio de los medios de comunicación, lo constituye la republica de Cuba, gobernada por Fidel Castro bajo su régimen Comunista. Funciona un solo periódico llamado “Gramma”<sup>12</sup> que maneja todo lo relacionado a la política llevada a cabo por el Estado Cubano y en el cual Fidel Castro es Dios. Todos los días uno se levanta y se encuentra con noticias relacionadas con el “excelente” gobierno de Fidel Castro y con portadas de diarios que elogian y le hacen creer a su población todo lo que allí se construye. Noticias tales como:

“Bush no logró someter como quería a America Latina”

---

<sup>10</sup> WALSH, Rodolfo. Citado por: Blaustein, Eduardo y Zubieta, Martin en “Decíamos Ayer” p. 38 Ed. Colihue. Buenos Aires 1998.

<sup>11</sup> BLAUSTEIN, Eduardo y ZUBIETA, Martin. “Decíamos ayer” (ver anexo 1, 2, 3, 4.)

<sup>12</sup> GRAMMA, Diario cubano del 18 de enero de 2004. Pag.1 (ver anexo 5)

“Las mentiras, temores y estupideces del imperio”

Todas estas noticias, de mas esta decirlo, se apegan a la política que pretende llevar Cuba desde la Revolución, que se contacta con el propio articulado de la Constitución Nacional y su lucha contra el Imperialismo y todo lo que se relacione con políticas afines a la Globalización y el crecimiento a nivel mundial.

**4. Influencia de los medios en las decisiones electorales.** Los efectos de los medios en la sociedad o en grupos específicos de ella han sido un tema difícil, sobre todo por la complejidad de los estudios de campo en esa área. De la misma manera, la sociología de los procesos electorales (sociología de la transición) tiene un arraigo reciente y justamente ahora en la indagación de la organización, evaluación y la prospectiva incluso, de los comicios y sus diversos actores políticos.

¿En qué medida la influencia de los medios define o modifica la decisión electoral de los ciudadanos? Esa es la pregunta esencial, aunque no siempre del todo explícita, en la discusión sobre las campañas políticas y los medios. La interpretación más mecánica, pero todavía de frecuente éxito tanto entre analistas como entre profesionales de la mercadotecnia política, sugiere que mientras más intensa es una campaña, mayores serán sus posibilidades para moldear las convicciones políticas de los electores.

Se supone, así, que hay dos factores preponderantes para que los medios tengan tal influencia:

- El primero la capacidad financiera de un partido o un candidato: la exposición en los medios cuesta y la exposición intensa cuesta mucho, especialmente en aquellos sistemas electorales en los que está permitida la compra de espacios para anuncios políticos en la televisión y la radio.

- El segundo factor, relacionado con el anterior, es la asesoría que el candidato y su campaña reciban en materia de medios de comunicación. Supone que el éxito electoral depende fundamentalmente de recursos para pagar espacios en los medios y con recomendaciones adecuadas para manufacturar una imagen apropiada.

Por lo que podemos observar como a la sociedad se le "inyectan" mensajes capaces de determinar sus conductas por encima del contexto social y otras influencias. Más recientemente sin embargo, nuevas investigaciones y una reflexión más crítica sobre los elementos que determinan la cultura política de los ciudadanos, han reconocido que la influencia de los medios no es tan mecánica como algunos estudiosos han supuesto.

Los medios de comunicación, y aquí nos referimos a sus efectos políticos, tienen una gran relación, quizá en ocasiones incluso mayor al de otras fuentes de acreditación como ser los valores y convicciones de los ciudadanos. Pero su efecto, no solo está determinado por los anteriores, sino que además se encuentra circunscrito por el contexto de cada persona o de cada colectividad. El habitante de una colonia en donde la mayoría de los vecinos son adeptos de un partido político, tendrá un entorno más receptivo a ese que a otros partidos, por ejemplo.

Aunque varios estudiosos del tema han llegado a la conclusión de que, "Las elecciones pueden ser ganadas por campañas bien diseñadas y bien financiadas", sin embargo, hay que tomar en cuenta que la influencia de los mensajes de campaña se

debe "no sólo a las cualidades intrínsecas de esos mensajes, sino al acoplamiento o al ajuste entre ellas y el contexto de las campañas".

## **Capítulo IV**

## **RELACIONES EN TORNO A LOS MEDIOS**

**Sumario:** 1. Medios de comunicación como factor de crisis de representación. 2. Ventajas y desventajas de los medios. 3. Manipulación de la información. 4. Sondeos, subinformación y desinformación: influencia y alcance.

**1. Medios de comunicación como factor de crisis de representación.** A lo largo de los últimos 15 años, se ha logrado afirmar la puta de continuidad institucional y democrática. No es un logro menor en un país acostumbrado a la inestabilidad política del ciclo cívico-militar, con el agravante de que aquellas interrupciones autoritarias como el Proceso de Reorganización Nacional que vimos en el capítulo anterior, se caracterizaron, no solo por la eliminación de los derechos políticos sino también por flagrantes violaciones a los derechos humanos.

A su vez se va percibiendo cierto malestar en la sociedad respecto del funcionamiento del sistema político. El proceso de consolidación va de la mano de un apartamiento de la gente de la política, del aumento de la apatía y la privatización de los ciudadanos que prefieren los ámbitos sociales o íntimos. En síntesis, un distanciamiento entre sistema político y sociedad, la desafectación de la política y una crisis de expectativas respecto de un mundo mejor asociado a la mima.

Esta situación de pérdida de confiabilidad en los partidos, en el Ejecutivo, en el Poder Legislativo y en el Poder Judicial, pro no en la Democracia como sistema, puede ser definida como Crisis de Representación.

Entre las causas habitualmente explicativas de esta crisis, podemos nombrar las siguientes:

- sucesivos incumplimientos programáticos
- el fenómeno de la corrupción
- la situación social declinante de vastos sectores
- mayor profesionalización y especialización técnica
- la crisis de los grandes relatos
- influencia de los medios de comunicación, esta es la que a nosotros nos interesa.

Los medios empiezan a ocupar el lugar de nexos entre el Estado y la sociedad, de mediadores de esta relación. La emergencia de una opinión pública más independiente, construida por los medios, tiene diferentes efectos en una situación no desprovista de ambigüedad.

Existe una mayor compenetración mas mediática, las paradojas que surgen de esta transparencia comunicacional en todos los estratos coinciden con una crisis del espacio público: la mayor democratización, con la dificultad para procesar en el Estado las demandas crecientes de distintos actores sociales, el alarmante deterioro del sistema de educación formal de mas con el incontrolable acceso a la información vía los medios, la explosión de significantes que trae la nueva sensibilidad consumista trasnacional coincide con una tremenda pobreza de sentido en cuanto a proyectos compartidos de sociedad.

De esta forma los medios desplazan a otras instituciones en la elaboración política, la TV y la Radio son los foros donde, para los ciudadanos, hay deliberación o alguna comprensión de lo que pasa, mientras en el parlamento aparece como un espacio de posicionamiento estratégico de los partidos con opciones ya decididas de antemano.

Los medios asumen funciones que no les son propias: las de ser el espacio privilegiado para denunciar, la arena publica donde se debate, de generar la agenda de discusión cotidiana. Los medios simplifican los temas, a veces en forma extrema, y a la vez los politiza: determinan responsables, culpables, inocentes, les ponen nombres a las cosas.

La gente se involucra, se pone de un lado.

**2. Ventajas y Desventajas.** Hablando ahora un poco, sobre las ventajas y desventajas de los medios de comunicación vamos a nombrar las mismas. Entre las primeras encontramos:

- son un medio de despolarización
- hacen la política más plural y tolerante
- dificultan la mantención de los secretos de Estado
- agregan transparencia al sistema o ofrecen pluralización de voces e ideas
- nos hacen vivir en un mundo de constantes noticias
- proporcionan a los nuevos movimientos sociales oportunidades de expresarse favoreciendo la emergencia de un espacio público no estatal o no político
- los ciudadanos buscan en los medios lo que no logran en las burocracias estatales, partidarias y sindicales: reparaciones, justicia o simplemente atenciones

Por otra parte a la hora de referirnos a las desventajas encontramos las siguientes:

- fuerte concentración de los multimedia
- articulación con intereses económicos que otorga a pocos grupos gran capacidad para posicionarse deliberadamente en la opinión pública
- los medios pueden construir un orden de prioridades e instaurar problemáticas que no siempre responden a los intereses reales de la Sociedad
- aparecen como grupos Multimedia que articulan intereses empresariales, conforman negocios múltiples y oligopolizan la comunicación

**3. Manipulación de la información.** Muchas son las veces que nos preguntamos si en realidad los medios son en la actualidad presas de un sistema político

económico, o si es que la información que recibimos es aquella que como consumidores concientes decidimos que nos suministren.

Para tratar de explicar esta sociología, que se plantea entre los medios masivos y los individuos como parte de un momento en la historia. En las sociedades modernas neocapitalistas, según Heriberto Muraro se presenta un nuevo fenómeno en el que los monopolios encuentran económico y rentable divertir, en el sentido de desviar a los consumidores, en vez de interactuar con los mismos.

C. W. Mills. representa dicha situación en dos tipos de cultura, la de masa, donde la manipulación de la información es sistemática en beneficio de las corporaciones, y la cultura del publico, donde el mismo se identifica con la opinión publica liberal del periodo premonopolista.<sup>13</sup>

Estos dos tipos de cultura presentan las siguientes notas características que a continuación pasaremos a citar. En la cultura de masa los medios están monopolizados, donde la posibilidad de que los receptores emitan algún tipo de opinión es nula, ya que solo una pequeña minoría son aquellos que tienen en sus manos fabricar las noticias. Aquí las instituciones políticas suelen ser cerradas, no dando posibilidad al pueblo o al común de la sociedad a que critiquen o modifiquen las decisiones del Ejecutivo, neutralizando a la mayoría excluida del sistema de poder. En la cultura del publico, que seria lo ideal, los medios no se encuentran monopolizados, sino que están en manos de propietarios individuales. Aquí las instituciones políticas son abiertas, pudiendo los individuos intercambiar entre sí ideas y proyectos, influyendo sobre las decisiones del Ejecutivo, todo esto porque en gran parte se le da acceso a la información requerida para ejercer el control. No se encuentra a diferencia de la anterior con una represión organizada de parte de los aparatos ejecutivos y policiales en contra de las oposiciones.

Todo esto no es tan estructurado como se dice aquí, porque a pesar de estar un individuo en un sistema donde el capitalismo monopoliza maneje tanto la información como los medios por donde se distribuye la misma. Estos es así porque no debemos olvidarnos de que hay un factor muy importante a tener en cuenta, y este es la ideología de los destinatarios del mensaje, ya que cuando un sujeto goza de una ideología firmemente creída nada podrá influenciar su manera de pensar.

La ideología según Baran, es una verdad a medias, desarrollada inconscientemente por una clase o estrato.<sup>14</sup> Solo nos podríamos encontrar frente a un gran dilema cuando el nivel cultural de los individuos es tan pobre, que no tienen una ideología definida por lo cual estos serán fácilmente influenciables, a los cuales se les podrán crear necesidades falsas por quienes son los verdaderos detentadores del poder.

**4. Sondeos, subinformación y desinformación: influencia y alcance.** Los sondeos de opinión consisten en respuestas que se dan a preguntas formuladas por el entrevistador. Esta definición aclara de inmediato dos cosas: a) que las respuestas dependen de cómo son formuladas, y b) que el que responde generalmente se siente forzado a dar una respuesta improvisada en aquel momento. De hecho la mayoría de las opiniones recogidas por los sondeos son: a) débiles (sin un argumento que respalde

---

<sup>13</sup> MILLS, C.W. citado por Heriberto Muraro "Neocapitalismo y comunicación de masa". Pag. 73

<sup>14</sup> BARAN, M. citado por Heriberto Muraro "Neocapitalismo y comunicación de masa". Pag. 76

firmemente la respuesta dada), b) volátiles (pueden cambiar de un día para el otro), c) inventadas en el momento para decir algo, y d) producen un rebote hacia lo que sostienen los medios que realizan la encuesta. De modo que por regla general son débiles, frágiles e inconsistentes, siendo raro que alguna vez recojan opiniones con algún tipo de relevancia.

Por otra parte tenemos el problema de la *manipulación de los sondeos*, es decir, no permiten disenso alguno con respecto al mismo, y solo es realizado para reafirmar la verdad a medias que al poder de turno le es conveniente.

Así observamos que los sondeos no son instrumentos de demo-poder que revelen el decir del pueblo, sino que demuestran una de las formas de expresión de poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuentemente decisiones útiles y necesarias, o bien lleva a tomar decisiones equivocadas sostenidas por simples rumores, por opiniones débiles, deformadas, manipuladas, e incluso, desinformadas; en definitiva, opiniones ciegas, porque en el fondo, la gran mayoría de los interpelados no saben nada de lo que se les pregunta.

Los expertos en sondeos, se limitan a preguntar a su encuestado, cualquiera que sea, sin averiguar antes lo que sabe de eso, si es que sabe algo. Dejando en claro así, que no tienen ningún interés en verificar cuál es la consistencia o inconsistencia de las opiniones que recogen: si lo hicieran sería autodestructivo.

Como hemos dicho el gobierno de los sondeos se basa en opiniones desinformadas, pero es menester aclarar el concepto de informar antes de seguir.

Informar, es proporcionar noticias, y esto incluye noticias sobre nociones. Se puede estar informado de acontecimientos, pero también del saber. Aún así debemos puntualizar que información no es conocimiento, por si misma la información no lleva a comprender las cosas: se puede estar informadísimo de muchas cuestiones, y a pesar de ello no comprenderlas.

Debemos destacar que la importancia de las informaciones es variable; así como algunas son solo frívolas, sobre sucesos sin importancia, otras informaciones por el contrario, son objetivamente importantes porque son las informaciones que constituirán una opinión pública sobre problemas públicos, sobre problemas de interés público.

Con esta premisa, es útil distinguir entre subinformación y desinformación. Por subinformación entendemos una información totalmente insuficiente que empobrece demasiado la noticia que da. Por tanto, subinformación significa reducir en exceso. Por desinformación entendemos una distorsión de la información: dar noticias falseadas que inducen a engaño al que las escucha.

Evidentemente, la distinción es analítica, sirve para un análisis claro y preciso del problema. En concreto, la subinformación y la desinformación tienen zonas de superposición y traspasan la una a la otra.

La difusión de la información, que se presenta como tal, aparece con el periódico. La palabra inglesa "newspaper" describe exactamente su propia naturaleza: hoja o papel "de noticias" (news). En español el diario: lo que sucede día a día; pero lo que llamamos información de masas se desarrolla con la aparición de la radiofonía. El periódico excluye al analfabeto que no lo puede leer, mientras que la locución de la radio llega también a los que no saben leer ni escribir. Pero siempre existirá una diferencia entre el periódico y la radio: como la radio habla también para los que no

leen, debe simplificar mas y debe ser más breve, al menos en los noticiarios. Aún así se puede decir que la radio complementa al periódico.

Casi siempre, o con mucha frecuencia, la opinión pública es un dato que se da por descontado. Existe y con eso es suficiente. Es como si las opiniones de la opinión pública fueran ideas innatas. En primer lugar, aquella tiene una ubicación, debe ser colocada: es el conjunto de opiniones que se encuentra en el público o en los públicos. Pero la noción de denomina sobre todo opiniones generalizadas del público, las cuales son del público en el sentido que es realmente el sujeto principal. Debemos añadir que una opinión se denomina pública no solo por lo anterior expresado, sino también porque implica la res pública, la cosa pública, es decir argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos.

## Capítulo V

### LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL DERECHO

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Encuadramiento jurídico 3. Aspectos constitucionales, civiles y penales. 4. El futuro del periodismo.

**1. Introducción.** Si hablamos de medios de comunicación y su relación con el derecho, tenemos que empezar por decir que este se encuentra positivizado como Derecho a la Información.

El derecho a la información, como derecho humano básico, encuentra su recepción positiva -entre otras disposiciones- en la Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica), norma que ha adquirido jerarquía constitucional desde su incorporación al texto fundamental (CN. art. 75, inc. 22) en la reforma operada en 1994.

El art. 13 de la Convención expresa: "Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento de su elección..."

Si bien puede observarse que este derecho se encuentra protegido jurídicamente, no es menos cierto que el ejercicio del derecho a la información, por parte de quien informa y de quien requiere información o a quien se informa, encuentra en la práctica obstáculos y limitaciones.

Coincidentemente, han quedado superadas las estructuras tradicionales de los medios de comunicación social al ingresar a la dinámica de la comunicación nuevos y variados medios de transporte de la información.

En este sentido, la integración de servicios y la convergencia tecnológica han gravitado sustantivamente para tal objetivo. En este ámbito, Internet se ha presentado

ante los ojos del mundo como uno de los factores que mayor impacto han causado en el proceso de la comunicación.

Sin embargo, en este contexto, el vertiginoso desarrollo de Internet, la informática, la telefonía inalámbrica, entre otras prestaciones, contrasta con la realidad, la que demuestra que el 65% de los habitantes del planeta no ha hecho nunca una sola llamada telefónica, y que el 40% de la gente no tiene acceso a la electricidad. Dicho de otra forma, los países desarrollados poseen en mayor medida la posibilidad de acceso a los medio de comunicación que los no desarrollados.

Según el último informe de la UNESCO, que se hizo sobre Internet dice que "el 2,3% de la población mundial ha utilizado en algún momento Internet"<sup>15</sup>. Lo cual quiere decir que el 97,7% jamás la utilizó. Por eso estamos en una especie de autoexclusión.

En la misma línea argumental, Ford explica que Internet es el sistema de comunicación en el que la brecha es mayor. "Los Estados Unidos abarcan el 82,7%. Este es un dato clave: toda Europa tiene el 6,22%; Asia y Oceanía, el 3,75%, y Latinoamérica, el 0,38% de uso de Internet. A veces resulta difícil percibir el tamaño de estas diferencias y necesitamos cierto tipo de recurso retórico para ponerlas en evidencia, como que el lector promedio de The New York Times consume más páginas cada domingo que un africano promedio en un año".<sup>16</sup>

Como afirma Cairncross, "en el pasado los gobiernos de los países democráticos se han preocupado raramente de las conversaciones de sus ciudadanos en la privacidad, en lo que se escriben por carta o en lo que se dicen por teléfono. Sin embargo, tienen mucho interés en la información que aparece en libros, periódicos, en la radio o en la televisión, Por consiguiente, siempre ha habido dos clases de intercambio: uno privado y prácticamente sin regulaciones, y otro público y sujeto a normas. En la actualidad, la línea entre lo público y lo privado se está difuminando. Una misma red puede distribuir un periódico, un programa de televisión o una carta privada, de la misma forma que un solo terminal puede recibirlo todo. Lo que se inicia como privado -un correo electrónico, por ejemplo- puede pasar sin problema al terreno de lo público sólo con enviarlo a un web site. El espacio público y el privado, hablando en sentido electrónico, serán difíciles de separar"<sup>17</sup>.

En este contexto, debe coincidirse entonces que el dinamismo propio de las comunicaciones y de las nuevas tecnologías de la comunicación han conformado un proceso de ruptura de las fronteras técnicas que tradicionalmente caracterizaban a los medios de comunicación. Hoy, por caso, ya no resulta tan sencillo separar tajantemente la televisión, la radio y la telefonía, cuando estos servicios son prestados a través de Internet.

En función de lo expuesto precedentemente, más complejo aún resultará encuadrar normativamente el derecho a la información, dentro de este nuevo escenario de la comunicación, por lo cual será nuestra labor, o por lo menos intentaremos encontrar como se podrían encuadrar a estas nuevas tecnologías de

---

<sup>15</sup> RAMONET, IGNACIO. director de Le Monde Diplomatique; "Por sí misma, Internet no cambia el mundo", pág. 26, Clarín (A Fondo), 8 de julio de 2001

<sup>16</sup> FORD, ANÍBAL. "Procesados por otros", revista Encrucijadas, UBA, junio 2001

<sup>17</sup> CAIRNCROSS, G. FRANCES. La muerte de la distancia, págs. 241/242, Paidós, Empresa

comunicación dentro de nuestro marco legal, que dado a que los cambios son constantes, muchas veces nos podemos encontrar con lagunas.

**2. Enquadramiento jurídico.** Los distintos autores que se han ocupado de estudiar los principios jurídicos y las normas que regulan el proceso de la comunicación social (Bidart Campos, Fayt, Cocca, Márquez Alurralde, Ballester, Ekmekdjian, Nino, Zaffore, Loretto, Badeni, entre otros) denominaron a esta disciplina derecho a la información, derecho de la información, derecho de la comunicación, derecho a comunicarse, o simplemente, régimen jurídico de las comunicaciones.

Sin perjuicio de observar cuestiones terminológicas, puede señalarse que la legislación vinculada con la información social se encuentra dispersa en distintas ramas del Derecho, y desde el punto de vista normativo, nuestro país presenta en la actualidad un heterogéneo régimen jurídico referido a la información, compuesto por normas nacionales, provinciales, municipales, regionales e internacionales. En este sentido, podemos apreciar que, además de la normativa específica en materia de radiodifusión y telecomunicaciones, existen principios de este nuevo derecho en la Constitución Nacional, en las constituciones provinciales, en códigos, como el Civil y Penal, en la legislación comercial, autoral, y en diferentes convenios colectivos, vinculados con periodistas, locutores y diversos trabajadores de los medios en general.

**3. Aspectos constitucionales, civiles y penales.** Previo a considerar este nuevo fenómeno técnico? Jurídico, usualmente denominado convergencia, puede señalarse que existe un nuevo derecho constitucional de la información a partir de la reforma de nuestra Carta Magna en 1994. Como se señaló, el texto constitucional ha incorporado un importante conjunto de disposiciones relativas a este nuevo derecho, modificando conceptualmente lo establecido en el texto sancionado en 1853/60.

Los clásicos temas referidos a la libertad de expresión, la censura o la problemática sobre el alcance de la legislación sobre medios se ven complementados ahora por institutos novedosos como el derecho a la información ambiental (art. 41), el derecho de información de los consumidores y usuarios (art. 42), el hábeas data y el secreto de las fuentes de información periodística (art. 43), la protección a la identidad y pluralidad cultural, la libre circulación y creación de las obras del autor, el patrimonio artístico y los espacios culturales y audiovisuales (art. 75, inc. 19), y el derecho de réplica (P.S.J.C.R., art. 14).

Asimismo, la reformada Constitución Nacional diseña un nuevo esquema legislativo entre la Nación y las provincias, que debe ser analizado muy detenidamente para comprender las atribuciones del Estado nacional y provincial, así como también de los municipios y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, en la regulación del funcionamiento de los medios de comunicación.

El debate entre algunas provincias y el gobierno nacional en relación con la legislación en materia de radiodifusión, y el sostenido últimamente entre los municipios y el Estado nacional a raíz de la propuesta de modificación de la Ley de Telecomunicaciones (art. 39), en cuanto a la aplicación de gravámenes por la utilización del espacio aéreo del dominio público local para la ubicación de

instalaciones y redes, ha generado más de una controversia desde el punto de vista jurídico.<sup>18</sup>

En orden a las normas del derecho civil que se refieren al proceso de la comunicación social, puede señalarse que existe un amplio espectro normativo. En el mismo Código Civil se encuentra un sinnúmero de normas, como las vinculadas al derecho a la intimidad o privacidad (art. 1071 bis), a la libertad de las acciones o de la conciencia (art. 953), o las relacionadas con el derecho al honor (arts. 1077/9, 1089, 1990 y 1109). A su vez, la Constitución Nacional brinda protección a la intimidad en su art. 19, y concordantemente resguardan estos derechos con jerarquía constitucional la Declaración Americana de los Derechos del Hombre (art. 5); la Declaración Universal de los Derechos Humanos (art.12); el Pacto de San José de Costa Rica (arts. 3, 5, 11, 18) y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (art. 17).

Todo este bloque de legalidad impone límites al derecho a la información y, obviamente, a la libertad de expresión, toda vez que consagra valores como el honor, la intimidad o la imagen, derechos que más de una vez han sido afectados a través de los medios de comunicación. Al respecto, podemos observar una vasta jurisprudencia, demostrativa de la complejidad de esta temática.

En cuanto a lo relativo a la responsabilidad civil, el régimen general del derecho de daños es, en principio, el que da respuesta a dicha problemática, regulando lo atinente a indemnizaciones, enriquecimiento sin causa, daño moral, etcétera.

En otro orden, la aparición constante de nuevas y variadas tecnologías de la comunicación, principalmente en el campo de la informática, exige una renovada y permanente regulación jurídica que contemple, entre otros aspectos, el derecho a la intimidad, los bancos de datos, la autodeterminación informativa y los derechos autorales, pero enfocados y analizados desde la órbita de un remozado derecho civil. Coincidentemente, es más que obvio destacar que mediante el ejercicio de la libertad de expresión es factible que se afecten bienes y valores que el derecho penal protege. La transmisión de información puede lesionar el honor de terceros, la seguridad nacional o la moral pública. Un inadecuado o abusivo uso de la libertad de expresión puede significar la instigación a cometer delitos, apología del crimen o un atentado al orden constitucional.

En el ámbito eclesiástico (religiosos en su función específica) o determinados profesionales (abogados o médicos) pueden violar el denominado "secreto profesional" si difunden información que han conocido en razón de su actividad o profesión.

Se burlaría la buena fe de los consumidores si se anuncian falsos métodos curativos; se afectaría el desarrollo de las relaciones comerciales mediante la difusión

---

<sup>18</sup> (El art. 39 de la ley 19.798, señala: "A los fines de la prestación del servicio público de telecomunicaciones, se destinará a uso diferencial el suelo, subsuelo y espacio aéreo del dominio público nacional, provincial o municipal, con carácter temporario o permanente, previa autorización de los respectivos titulares de la jurisdicción territorial para la ubicación de las instalaciones y redes. Este uso estará exento de todo gravamen")

de medidas que tiendan maliciosamente a alterar los mercados. También podríamos encontrar en la programación de los medios, prácticas o conductas discriminatorias.

La propiedad intelectual se ve avasallada por el plagio<sup>19</sup>, la reproducción indebida de obras y bienes culturales o por otros tipos de delitos previstos en las leyes que resguardan los derechos intelectuales.

A su vez, los propios medios pueden ser víctimas de la comisión de delitos, como las trabas a la circulación de libros o periódicos o, directamente, los atentados que se efectúen contra teléfonos y sistemas de comunicación, y que el Código Penal expresamente reprime. Por otro lado, existe un conjunto de delitos respecto de los cuales la prensa constituye una verdadera modalidad de comisión. Se trata de aquellos delitos que requieren una publicación manifiesta. Así, la difusión de injurias vertidas por un tercero y publicadas por un medio. En este particular delito se ha planteado la injusticia de castigar al mero reproductor de una calumnia o injuria. d) La dinámica de la comunicación

El marco jurídico que regula la radiodifusión y las telecomunicaciones está fuertemente impregnado de contenidos propios del derecho administrativo.

En ese mismo orden de ideas, cabe recordar que las autoridades regulatorias y de control de estos sectores son organismos públicos, como el Ministerio de Infraestructura y Vivienda, la Secretaría de Comunicaciones, la Comisión Nacional de Comunicaciones, la Secretaría General, el Comité Federal de Radiodifusión y la Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación, todos ellos ubicados en la esfera del Poder Ejecutivo Nacional.

De lo expuesto se desprende que las resoluciones que dictan estos organismos, juntamente con la legislación de fondo, conforman el ordenamiento jurídico que regula la radiodifusión y las telecomunicaciones de nuestro país. A ello debe sumársele la normativa dispuesta para el sector gráfico.

En el mismo orden, las distintas empresas periodísticas, si desean funcionar dentro de la legalidad, deben dar cumplimiento a un conjunto de normas jurídicas. La propia Ley de Radiodifusión tiene diversas normas referidas a los aspectos comerciales y empresariales de los medios de comunicación.

Por ejemplo, la citada ley requiere a las sociedades que exploten servicios de radiodifusión el cumplimiento de diversos requisitos específicos, entre otros, los referidos a la nacionalidad y solvencia patrimonial. Paralelamente, la participación de empresas extranjeras, instaladas en el campo de los medios de comunicación como consecuencia de los acuerdos de promoción y protección recíproca de inversiones suscriptos con los Estados Unidos, España, Francia, Italia y los Países

---

<sup>19</sup> VILLALBA, CARLOS. A. Y LIPSZYC, DELIA. El Derecho de Autor en la Argentina, pág. 283, Editorial La Ley, 2001 ("El plagio consiste en la apropiación de todos o de algunos elementos originales de la obra de otro autor, presentándolos como propios. El plagiario siempre lesiona el derecho de paternidad del verdadero autor, pues sustituye la identidad de éste por la propia; en la mayoría de los casos también lesiona el derecho de integridad de la obra, pues es habitual que el plagiario trate de disimular el plagio".)

Bajos, por caso, han internacionalizado el escenario audiovisual, generándose con ello procesos de concentración.

Por último, se señala que las nuevas tecnologías de la comunicación y la expansión del fenómeno multimedia también han contribuido con el fenómeno de la concentración. En este contexto, la supercarretera de la información nos conducirá inexorablemente a la integración de los servicios de radiodifusión (televisión, cable, radio, etc.), la informática, el video y la telefonía.

**4. El futuro del periodismo.** El progresivo avance en el desarrollo de la tecnología de las comunicaciones, con el auge de Internet, el periódico "on line", el CD-ROM, la digitalización televisiva y radial son los nuevos elementos del espacio multimedia. Esto implica la gestación de otros modelos comunicativos donde la personalización, la interactividad y la instantaneidad constituyen las principales características del universo más mediático. Desde esta perspectiva, importa ahondar sobre los cambios tecnológicos acaecidos y proponer una nueva dimensión en el ejercicio del periodismo en respuesta a los desafíos del próximo siglo. En los últimos años, se ha creído que la prensa escrita - tal como se la ha conocido hasta el presente estaría en el límite de su existencia frente a la sofisticada innovación del periódico electrónico "on line". Las hipótesis sustentadas giran en torno a la disminución de la cantidad de lectores, la tendencia al estancamiento de la tirada de ejemplares y la preferencia hacia las ofertas de los medios audiovisuales, entre otros.

No obstante, la capacidad de adaptación de los diarios y su relevancia como elemento integrador de las estructuras institucionales de la sociedad conducen a pensar que, lejos de desaparecer del mercado periodístico, se mantendrán con firmeza siempre que, sus editores, replanteen su posición e inicien innovadoras modificaciones en la forma de gestionar la noticia y difundirla. En principio, la prensa escrita se halla en constante proceso de digitalización de la información a fin de participar en la competencia con las nuevas redes electrónicas. Ante este reto, los más importantes periódicos como "The New York Timen" (EE.UU.), o "EI País" (España), "il Manifesto" (Italia) y, en el caso argentino, "Clarín" y "La Nación", entre otros, han insertado sus formatos a las denominadas autopistas de la información.

Los diarios electrónicos tienen la capacidad de mezclar la palabra escrita y las imágenes fijas con fragmentos de video y sonido. En estos casos, el contenido de la información se estructura de manera poliédrica, a base de hipertexto, lo que resulta un proceso complejo pero, a su vez, más rico y accesible para el usuario. Es decir, en este tipo de elaboración del mensaje se permite que el destinatario navegue de referencia en referencia, por diferentes elementos - texto, imagen y sonido - según la información requerida. Opuestamente, en la prensa impresa la composición de la noticia es lineal y piramidal, destacándose los hechos de mayor a menor importancia. Los medios de impresión digital combinan la interactividad de los ordenadores personales y el atractivo de la televisión con la fácil legibilidad e instantaneidad de la red.

En Argentina, los principales periódicos de difusión nacional como "Clarín", "La Nación", "Ámbito Financiero", "EI Cronista Comercial" y algunos del ámbito provincial como "La Voz del Interior"(Córdoba) y "Los Andes"(Mendoza) se han

incorporado a la red electrónica (Internet) conservando cada uno su estilo y diagramación periodísticos. En general, han trasladado al ordenador los conceptos claves que se manejan en la redacción de un diario, es decir, la selección y valoración de la noticia para suministrarla al lector on line, de manera ordenada, quien puede leer aleatoriamente y a libre albedrío.

El usuario de los diarios digitales puede saltar de una información a otra e, instantáneamente, puede establecer su propio orden de lectura y puede vincular entre sí los datos informativos que guardan relación, aunque se encuentren en distintas páginas. Es preciso, entonces, que la prensa impresa aborde otras modalidades en lo que se refiere a géneros periodísticos y a enfoques de los hechos noticiosos. Se sostiene que, en un futuro inmediato, los diarios y las revistas deberán volcarse hacia la mayor especialización en las temáticas a divulgar, articuladas en textos donde el análisis, la precisión de datos y la valoración se impongan sobre la mera transmisión de una noticia determinada.

La objetiva presentación de los hechos informativos tendrá que quedar supeditada al periódico digital; mientras que, la reflexión y la explicación mediante el cúmulo riguroso de datos serán pertinentes a los periódicos tradicionales. En este sentido, los medios gráficos constituirán un soporte de interpretación adicional y profunda para ampliar la información que interese a los usuarios de las redes electrónicas. Asimismo, deberán tener en cuenta aquellas necesidades informativas que no cubren los otros medios, incluyendo los del espacio virtual, lo cual conducirá a una mayor experticia y segmentación de su contenido.

Específicamente, el sistema mundial Internet enlaza una estructura informática que permite a millones de usuarios acceder a datos, archivos, mensajes, bibliotecas y debates o "chat", intercalados con sonidos e imagen. Es tanta su repercusión que se están iniciando las primeras investigaciones acerca de este fenómeno para dar respuesta a cuestiones sociales, económicas y legales que suscita esta red.<sup>20</sup> Todo esto son los debates que actualmente se están generando sobre esta nueva forma de llevar las noticias. Solo será cuestión de dejar pasar el tiempo para ver como nuestra legislación se adapta a este cambio constante al que están sometidos los medios de comunicación.

---

<sup>20</sup>ORTÍZ DE OBREGÓN, A. "La prensa digital, un futuro a nuestro alcance", en Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad. Ed. Fundesco, Nº 48, Madrid, 1996, pág. 149.

## **Capítulo VI**

### **CONCLUSIONES FINALES**

Este trabajo realizado con el aporte de bibliográfico de docentes y alumnos de la facultad de derecho, el análisis indispensable de los Dres. Gonela, Piermatei, Svilaric, comenzó con la posibilidad de aceptar a los Medios de comunicación como un nuevo poder y en caso afirmativo la disidencia entre: si es el primer poder o un nuevo poder independiente como cuarto poder. Habiendo llegado el momento de realizar una conclusión, procederemos al debate y a una posible disidencia entre nosotros mismos, observando lo siguiente.

En primer lugar a lo largo de este, entendimos que los medios de comunicación en general están manejados por el poder del dinero, motivo por el cual afirmamos que no aseguran una pluralidad informativa y, al mismo tiempo no tienen el carácter de independiente que es necesario para convertirse en un verdadero Cuarto Poder, que surja de la interacción entre la prensa y la opinión pública, cuya operación constituye un arma poderosa para ejercer un control crítico de los tres poderes del Estado. Así podemos afirmar que sólo existe un Cuarto Poder, cuando los Medios de Comunicación tienen una independencia absoluta y no están determinados por otro factor que no sea el interés público, situación que, por las razones señaladas, no existe ni en las Democracias, ni en los Autoritarismos, y menos aún en las Dictaduras de los países subdesarrollados.

Por otro lado hemos de destacar que a lo largo del trabajo, encontramos 2 grandes relaciones independientes, pero que se ven afectadas las unas a las otras.

La primer relación es la que va desde el Sistema de Gobierno hacia los Medios de Comunicación, en tal sentido somos actores de un sistema que se ve sumergido en la Sociedad de Masas, cuyas características: Medios de Comunicación monopolizados e Instituciones políticas cerradas, hablan por sí solas. Es difícil poder creer en los Medios de Comunicación como creadores de una opinión independiente y formadora, debido entre otras cosas, a las Uniones Multimedia realizadas, con la llegada del nuevo milenio, que nos han hecho perder todo tipo de credibilidad sobre las opiniones vertidas por ellos mismos, sobre las informaciones cotidianas. Los grandes empresarios se asocian, y manejan los medios, tirando todos para el mismo lado,

perdiendo y no dando la posibilidad del disenso, que es la característica esencial en toda democracia, dar al otro la posibilidad de expresarse. De mas esta decir que el papel del Gobierno es de suma importancia y la pregunta es, de qué forma? Ni mas ni menos que como espectador de lujo ante una situación favorable al mismo. Los gobernantes son los primeros y los mas beneficiados con este tipo de uniones multimediales ya que son buscadas para acaparar el mayor publico posible, a la hora de buscar votos, consenso y que la gente se deje llevar por propagandas partidarias del gobierno de turno que obviamente es el que mayor acceso tiene a los medios. Se intenta cada día mas, reforzar el status quo, con el fin de que se terminen las ideologías y que todo quede como está. La consecuencia inmediata de todo esto es la conversión del pueblo en ciudadanos pasivos y no activos, requeridos por el Sistema Democrático, y es aquí donde surge la segunda relación a la que hacíamos referencia.

Esta relación está dada por la influencia que ejercen los medios de comunicación (en forma directa) y el Gobierno(en forma indirecta, que es la primer relación), sobre el Pueblo o Sociedad.

Estamos en presencia de la transformación de las personas, convirtiéndolas de Homo Sapiens en Homo Videns, es decir se pasa de ser un producto de la cultura escrita a una prevalencia de la imagen que viene a destronar aquella cultura. La persona se encuentra no educada y se deja llevar por las opiniones de los sondeos y las encuestas. Así, mientras nos preocupamos de quién controla los medios de comunicación, no nos percatamos de que es el instrumento de sí mismo y por sí mismo lo que se nos ha escapado de las manos.

La televisión modifica radicalmente y empobrece el aparato cognoscitivo del Homo Sapiens. Para esta sociedad actualmente Neocapitalista, a los gobernantes, les conviene mantener al pueblo como ciudadanos pasivos y que no piensen y que todo quede como está, y que mejor forma de hacerlo que a través de los Medios de Comunicación.

Para finalizar esta conclusión hemos de decir que han surgido entre nosotros mismos pensamientos disímiles, algunos pensamos que los grandes culpables de toda esta situación la tienen los Medios como grandes manipuladores de la información y que todo es manejado de acuerdo a sus intereses personales, temas como el Rating o el ganar un Martín Fierro son cosas por encima de otras de trascendental importancia; de mas esta decir que nadie dice lo contrario. Pero por otra parte, sostenemos que la culpa muchas veces nos la tenemos que atribuir nosotros mismos, es uno mismo quien decide por uno, está a nuestro alcance comprar tal o cual diario de noticias, cambiar de canal en todo momento, etc.. y seleccionar las noticias de acuerdo a nuestras inquietudes, sacando conclusiones propias sin dejarnos influenciar por los Medios, y quienes sino notros, que somos los que tenemos que cambiarlo todo, pasando a ser ciudadanos activos.



## APÉNDICE BIBLIOGRÁFICO

BARCESAT, Eduardo, "Justicia Militar, su juzgamiento" (Seminario de Actualización en la Protección de los Derechos Humanos, 9/5/2003).

BIDART CAMPOS, Germán J., "Manual de la Constitución Reformada" (Tomo I, II, III; Primera Reimpresión, Buenos Aires, Edit. Echar Sociedad Anónima Editora, Comercial, Industrial y Financiera, 1998).

BLAUSTEIN, Eduardo y ZUBIETA, Martin. "Decíamos ayer" Ed. Colihue 1998.

BOBBIO, Norberto, "Teoría General del Derecho" (Bogotá Temis, Edit. Abeledo Perrot 1995).

COSTITUCIÓN DE LA NACIÓN ARGENTINA, (Buenos Aires, Edit. Zavalía, 2001).

COSTITUCIÓN NACIONAL DE CUBA. (La Habana, Edit. El Malecón, 1994). DE LA VEGA, Julio Cesar. "Diccionario Político".

GARCÍA DELGADO, Daniel. "Estado, Nación y Globalización". Edit. Ariel, Buenos Aires, 1998.

MURARO, Heriberto "Neoliberalismo y comunicación de masas".

MURARO, Heriberto. "Marketing y publicidad política en la América Latina. Un laboratorio político-cultural" en Telos No. 47, Madrid, septiembre-noviembre de 1996.

SARTORI, Giovanni. "Homo Videns: La sociedad teledirigida" Edit. Taurus, 1998.

SARTORI, Giovanni. "Teoría de la Democracia: El debate contemporáneo" Edit. Rei

TOFFLER, Alvin. "El cambio del poder". Edit. Plaza y Janes.

TREJO DELARBRE, Raúl. "Mediocracia sin mediaciones: prensa, televisión y elecciones" Edit. Cal y Arena. 2001.

WOLF, Mauro. "La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectivas". Ediciones Paidós, Barcelona 1987.