

9 Opinión y medios: pasado, presente y futuro

Opinion and mass media: past, present and future

Orlando Parra G*



* *Licenciado en Ciencias Sociales, Especialista en Historia Contemporánea de Colombia y Desarrollo Regional; Magister en Historia.*

orlando.parrag@gmail.com

*Recibido:
25 de febrero de 2011
Aceptado:
14 de mayo de 2011*

Resumen: Un recorrido desde aquel momento en que el periodismo se confunde con la opinión, en que la lecturabilidad es escasa pero la influencia es grande, hasta el advenimiento del nuevo siglo donde ya poco quedaba de la gran influencia que los periódicos tenían ante la consolidación de un nuevo medio rey: la televisión. Pero este medio (y la Radio) ya son propiedad de los grandes grupos económicos donde los intereses que priman NO son ni partidarios, ni doctrinarios, son simplemente de Negocio, de Lucro: un rompimiento determinante hasta llegar a la transformación de aquella revolución que implicaba que el control de algunos individuos sobre los medios masivos de "producción" se rompería, se esté dando sí, pero bajo otra forma: la que involucra que el control de algunos individuos sobre los medios masivos de "comunicación" se rompió?

Palabras Clave: opinión, medios de comunicación, periodismo, medios masivos.

Abstract: A journey from that moment that when journalism is confused misunderstood with the view that reading is low but the influence is great until the advent of the new century where as little remained of the great influence that newspapers had before the consolidation of a new media King: television. But this means (and Radio) is already owned by the big economic interests prevail where they are neither supporters nor doctrinaire, they are just Business, Profit: a decisive break up to the transformation of that revolution which implied that some individuals control over media "production" would be broken, it is giving itself, but in another form, which implies that the control of some individuals on mass media "communication" is broken?

Key Words: opinion, media, journalism, mass media.



Foto: Juan Camilo Aguirre®

Colectivo Fotofilia-Comunicación Social - Periodismo

En un artículo de Jhon Lichfiel para The Independent que tradujo el Periódico La Jornada el jueves 9 de septiembre de 2010, y que leí en la red www, se transcribía la siguiente frase del novelista francés Michel Houellebecq "Tomar textos de Wikipedia no necesariamente es plagio: puede ser una forma experimental de literatura. Incluso una forma de belleza" ... Era su forma de contestar a www.slate.fr que lo había acusado de plagio, pero que poco después, reconocía que tomar pasajes de Wikipedia sí era un recurso literario, empero insistía en que NO se entrecomillaron ni se reconoció su origen. Miren cómo hasta ese instante estamos en el mundo virtual. Hablo de Wikipedia que es virtual, lo leído en La Jornada fue leído en la web, y estamos hablando entonces de dos flamantes periódicos que leemos online.

Ese párrafo me sirve para ubicar al lector en dos aspectos: uno el trasegar que realizaremos desde el mundo del papel impreso (la prensa ¿escrita?) hasta el advenimiento de la poderosa, autónoma, independiente, individual y masiva comunicación virtual y dos, es la explicación de un reto personal expresado en este texto: únicamente se utiliza como soporte –esencialmente para unos datos en los que tenía dudas...de fechas- la red internacional de información...y, claro, especialmente la enciclopedia de esa red: Wikipedia.

Al momento de enviar este texto, quien lo escribe, cumple 20 años de estar opinando en público, con relativa constancia, tanto en impresos como en sus propios –y recientes- blogs o web-blogs. Opiniones donde nunca se puede decir "más allá de la información", pues, finalmente sólo es posible opinar con algún fundamento, si se apoya en la información, por lo menos en tres o más fuentes contrapuestas, se pasa al análisis, y, generalmente, se subjetiviza el mismo, dando la propia opinión. Este texto es una especie de catarsis donde intento reflexionar sobre el devenir del control o la incidencia de las élites sobre la información y la opinión...de las masas y gobiernos que siempre han pretendido influir.

Hubo momentos en la prensa mundial en que dueños de periódicos imponían gobernantes. Momentos en los que trazaban los rumbos de una sociedad. Y ese momento NO es tan lejano, fácilmente ocurría en la época de nuestros abuelos o bisabuelos (1909-39). Hoy...desconozco un diario que por sí sólo sea capaz de tumbar o imponer un gobernante. Por el contrario recuerdo los editoriales de El Tiempo (www.eltiempo.com. co) sugiriendo candidatos que, generalmente, terminaban derrotados. Y

es de suponer que a largo plazo la situación de transformación de su influencia se acentúe.

¿El pasado?...pero ¿dónde arrancar?... creo que lo haré desde 1909...

1909. No hay electricidad. Hay velas. No hay radio. Existen esencialmente dos medios de comunicación: el boca a boca y los periódicos. Pues eso donde los hay, la mayor parte de los poblados No alcanzan a tenerlo y, de hecho, la difusión de la información la hace el cura desde su pulpito, NO sólo los domingos, sino en la misa de las 6:00 de la mañana. Ni pensar en teléfonos: hay poco más de mil en todo el país, cerca de la mitad en Bogotá. Hasta 1923 nos parecíamos mucho a Europa: 3 teléfonos por cada 100 habitantes.

En los poblados es donde hay periódicos. Medios de comunicación que NO compiten con la radio, con la televisión o con la internet, su mayor competencia es el iletrismo. Colombia para ese entonces tiene unas descomunales tasas de iletrados, entonces quienes leen los periódicos generalmente son las clases medias y altas. Y quienes escriben en ellos son unas élites muy reducidas. No tanta como sus propietarios.

Este es el momento en que se consolidan los grandes diarios nacionales. Los Monstruos que conocemos. El Comercio Lima 1839; La estrella de Panamá 1853; La Prensa Buenos Aires, 1869; La Nación Buenos Aires 1870; (Times 1875); El Espectador, Medellín-Bogotá 1887; El mercurio; Santiago 1900; ABC (Madrid 1903); El Comercio Quito 1906 El Tiempo de Bogotá, 1911; Excelsior de México es de 1917. (O Globo –Brasil- 1925), La Prensa –Nicaragua- 1926; El Siglo, Bogotá, 1936.

Y, sí, de hecho Eduardo Santos el dueño de El Tiempo (el tío-abuelo ¿? del actual Presidente) llegará a ser Presidente, entre 1938 y 1942. Es un momento pues en que estos medios, y quienes en ellos escriben tienen una gran influencia. Los primos Lleras: Alberto -Director de El Espectador y de El Tiempo- y Carlos (emparentados con el excandidato Presidencial Germán Vargas 2010); Laureano Gómez, de El Siglo, también tienen unos grandes escenarios de poder, apuntalados en sus plumas y en sus escritos. Es clave recordar que la prensa de este momento es partidaria. Sectaria. Los periódicos eran liberales o eran conservadores. (O socialistas, o comunistas). Tanto a Nivel Nacional. Como a nivel local. El Colombiano, Medellín, Conservador había nacido en 1913; Vanguardia liberal, Bucaramanga, 1919; La Patria, Manizales, Conservadora 1921

Se sirve pues a los intereses de las élites socio económicas representadas en los directorios nacionales, departamentales y municipales de ambos partidos tradicionales. Los grupos socialistas y comunistas van enarbolando boletines y similares, pero por ejemplo Voz Proletaria sólo se consolidará hacia 1957.

Ya para aquel entonces ha aparecido la radio. La cual había iniciado su expansión desde 1929, primero en Bogotá, luego en Barranquilla y después en Tunja. Las primeras licencias son de 1930. Después vinieron Manizales, Medellín, Cali, Bucaramanga, Cúcuta, nacería "la Voz de Pereira" (madre financiera de lo que décadas después sería TODELAR). La radio, seguramente como ocurre hoy con la web, la web 2.0, etc.; se creía que reemplazaría a los diarios. Pero NO lo hizo. De hecho se fundaban más periódicos: El Heraldo, Barranquilla, Liberal 1933. El Liberal de Popayán, 1938 (Nacional, Caracas, 1943; Clarín, Buenos Aires, 1945). La radio logra penetrar con mayor rapidez, a mayores distancias, mayor intensidad, y más población que los periódicos. Gaitán en buena medida es un producto más de la radio que de los periódicos. Ello muestra como sigue siendo importante lo impreso. Las ondas hertzianas, que se difundían a través de las lujosas radiolas, posicionan otros actores. Vale la pena recordar que muchas de las intervenciones parlamentarias se transmitían en vivo y en directo por emisoras así como discursos callejeros o de plaza. Por cierto, es clave anotar que si bien paulatinamente se consolidaban monopolios noticiosos impresos, o aparecían revistas como Semana (1946-1961) dirigida por el futuro Presidente (pleno) Alberto Lleras Camargo; a nivel radial, la proliferación de emisoras fue una constante –se daban enlazamientos la mayoría de ellos fracasaron comercialmente– hasta bien entrado los años 40 cuando primero aparecería la Cadena Radial Colombiana CARACOL y cerca Radio Cadena Nacional RCN. Digamos que había un mayor pluralismo de discurso.

HITO 1: *Los periodistas se confunden con los columnistas. El periodismo se confunde con la opinión. La lecturabilidad es escasa. Empero la influencia es grande, dado que la población a la que se llega es la clase alta y la clase media. Ha emergido la Radio la cual paulatinamente genera actores de poder-ciudadano-político NO necesariamente ligados a la prensa.*

La violencia. Da la impresión que hubiera sido más atizada por la radio como tal que por los periódicos. Empero es llamativo el incendio, la quema de diarios en ese período. En esa época ya se sentían los radio-noticieros. Vinieron tiempos de censuras y autocensuras abiertas.

Permítaseme decir que, obviamente, las líneas editoriales eran férreas. No sólo se era sectario con el rival, sino que difícilmente encontraríamos lo de hoy: ataques

al gobierno ligado al periódico. Sin embargo, lo que sí se daba era un reflejo de las disputas de las facciones partidarias. Los periódicos estaban pues, insisto, tanto en el cubrimiento informativo como de opinión al servicio de los partidos. De hecho los jefes políticos instrumentalizaban los medios para sus fines políticos al interior y al exterior de sus partidos. La radio se diferenciaba muy poco.

La Dictadura de Rojas Pinilla. Dictadura con Constituyente. Dictadura originalmente auspiciada por un pre-frente nacional de una gran facción conservadora (luego por casi todos) y por el partido liberal. Pero "Dictadura". Marcado, precisamente, por esa relación entre los dueños-líderes de los medios y el General. Cuando esa relación de conveniencia mutua se rompe, viene un rompimiento también con la prensa. De hecho unos medios se mantienen, ejemplo El Tiempo, Semana... se da el cierre de ciertos diarios –y su reedición bajo otro nombre ejemplo El Espectador– pero también la consolidación de recién nacidos: El Universal, Cartagena, 1948; El País, Cali, Conservador 1950; La República, Bogotá, fundada por el expresidente Conservador Mariano Ospina Pérez, 1954... Tal vez fue la primera vez que la prensa liberal, conservadora y comunista coincidía –desde cierta sutileza dada la censura– en atacar a un gobernante.

El frente nacional, 1958-1974, es un período nefasto. Y es nefasto porque existe una prensa muy politizada. Al darse el pacto de no agresión. Un pacto que, a pesar de que ya existían los protocolos de Ginebra sobre conflicto armado interno, pretendió olvidar los horrendos crímenes de ambas partes; es una prensa que calla. Una prensa que cohabita con el poder. Ya NO cohabita de acuerdo al color partidario. Cohabita con el presidente, el o los gobernantes que estén, pues sus dueños-líderes, están representados directa o indirectamente en el poder. Obviamente hay excepciones. Especialmente en micro espacios de la izquierda, o del MRL, o de la ANAPO –periódico La Paz-, etc. Pero son eso: excepciones y micro espacios.

Iniciado el Frente Nacional nacía TODELAR como circuito nacional enlazando 5 ciudades del occidente colombiano. Se considera que la década de los 60 fue el gran momento del "negocio" de la radio en el país: Sutatenza, tras 20 años de ejercicio se consolidaba como modelo mundial de radio educativa. Buena parte de la importancia de la radio está asociada a que aún en ese instante 1 de cada 4 colombianos era iletrado: especialmente en el campo. Empero también aparecieron diarios en ciudades que emergían: La Opinión en Cúcuta, 1960. El Diario del Huila en Neiva, 1966. (En Perú se fundó Expreso en 1961).

En este momento ya había emergido la televisión. Pero esencialmente llegaba a los estratos medios y altos de algunas ciudades del país. Su masificación tardará lustros. Ello hizo que los primeros intentos de gran inversión con canales

privados (Teletigre en Bogotá) NO avanzaran. Lentamente se empiezan a posicionar los noticieros de televisión. Tal vez el primer momento estelar a nivel de influencia, se dará cuando Carlos Lleras Restrepo el 9 de abril de 1970 da la orden mostrando su reloj de dejar vacías las calles.

HITO 2: *La prensa se posiciona como instrumento de poder de ciertas familias, ligadas a ciertos poderes. El frente nacional NO es sólo un período de cohabitación entre los poderosos. Es un período de cohabitación de los poderosos con la prensa. Si antes un gobernante podía temer la prensa “de” el partido rival. Ahora se cohabitaba con ella, ello permitió la invisibilización de muchos problemas.*

Finalizado el frente nacional –aunque es discutible pues en muchos estamentos, por ejemplo la mixtura público privada que es el gremio cafetero, o los altos tribunales etc. El bipartidismo se extendería hasta finales del siglo XX...- pienso que el periodismo y la opinión lentamente van a recobrar parte de su vigor.

El país ha empezado a ser marcado por las “clases emergentes”. Se han consolidado mafias ligadas al contrabando, ya no sólo hacia el interior, sino hacia el exterior, especialmente de Marihuana. Es una presión sobre los medios locales. Asesinato de aquellos que quieren ver más allá. La ventana siniestra, que permitió con la venia (¿audaz?) del estado un mega lavado de activos durante el Gobierno López Michelsen (1974-78) se hizo con la tímida oposición de sectores de las élites tradicionales representadas en diversos medios. Se les oía, pero poco se les acataba. En un país más des_partidizado, des-politizado, el otrora poder de las prensas partidarias se debilita.

La aparición de la revista ALTERNATIVA 1974 genera y alienta otros procesos. Las plumas que allí se juntaron: Premio Nobel Posterior, Director del diario más importante del país posterior, etc., muestran el calado que llegó a tener la misma. Es un momento de quiebre: lo invisibilizado por años de Frente Nacional emergía y con fuerza. Desafortunada y precisamente por estos enfrentamientos, dichas experiencias colapsan económicamente. Alternativa después de sufrir atentados, de exiliar redactores, es cerrada en 1980.

Curiosamente es un fenómeno casi mundial que se extiende por Latinoamérica.

El periodismo en si va cobrando otro vigor, el proceso de abdicación presidencial en EU, Watergate, (Pulitzer 1973) se correlaciona con la emergencia de ese periodismo investigativo que además NO teme enfrentar el poder y a los poderosos -pues es consciente de su propio poder- lo cual genera una hermosa y ocasional explosión de (buen) periodismo (investigativo) que además se coligue con el renacer de la democracia:

El país (España, 1976), La Revista Proceso (México, 1976), Caretas (Perú, Semanario desde 1979 (fundada en 1951)).

Hay un quiebre conceptual, de imaginarios. Ha emergido un nuevo periodismo. La Revista Semana, en su segunda fase, 1982, en buena medida es el resultado de ese proceso. El párrafo anterior se extiende: La Jornada (México 1984), Brecha (Uruguay, 1985, Basado en Marcha 1939-1974), La República (Uruguay, 1988).

También hay un curioso renacer de la prensa regional. La Tarde –Liberal- nace en Pereira en 1975. El Mundo –Liberal- nace en Medellín en 1979. El Diario del Otún –Conservador- nace en Pereira en 1982, etc. Y, también, en los 80 comenzaba la televisión regional. Había tres canales nacionales, uno netamente público y dos cuya programación estaba en manos de empresas privadas vía concesión de espacios.

El escenario se ha comenzado a volver multi_mediático más multimedia. La capacidad de influir también entonces se diversifica, ó, se limita. Hace mucho se han consolidado los dos grandes diarios nacionales. Se han asentado los regionales: Pero al lado de ello el poder alcanzado por el enlazamiento de las cadenas nacionales sus noticieros radiales –el mañanero de Caracol ejemplo-compite abiertamente con los impresos. Estas cadenas además se vuelven expresión de algo que apenas está emergiendo en el país: los grandes grupos económicos. Ardila Lulle había comprado RCN en los 70 y el Grupo Santo Domingo, hacia el segundo lustro de los 80, adquiere pleno control sobre CARACOL siendo una de sus primeras grandes transacciones la absorción de la otrora gigante Sutatenza en ese momento en quiebra –ambas cadenas, por cierto, habían pertenecido a lo que hoy sería el Sindicato Antioqueño-.

Hasta bien entrado el siglo XXI muchas familias, generalmente ligadas a actores políticos, seguían siendo propietarias de emisoras locales, ejemplo los Char en Barranquilla, que ya para los 70s revolucionaban la radio con el formato musical de Olímpica; o los Salazar en Pereira y otras más. Y, al lado de ello, la televisión se ha masificado, adquiriendo mayor notoriedad. Es relevante el tema de los noticieros de televisión, nacieron con la milimetría política del Frente Nacional. De hecho en ese instante las casas presidenciales tienen ó influencia o son propietarias de noticieros de televisión. Ejemplo la casa Pastrana lo es de TV HOY, la casa López del Noticiero de las 7pm, casi todos los noticieros existen porque representan una casa o un sector del parlamento: Telediario, Noticias 1, Promec, Nacional, 24 Horas, Criptón, Cinevisión, 60 Minutos, el Telenoticiero del Mediodía, entre otros.

Entonces, el juego de influir sobre la opinión pública tiene cada vez más actores. Las familias propietarias de los impresos nacionales y regionales. Los grupos económicos a través de las cadenas radiales: Santo Domingo dueño de Caracol, Ardila Lulle de RCN. Todavía hay familias radiales, los De la Roche en Todelar, los Pava en Super. Y las familias presidenciales con los noticieros de TV. Se avizoraba lentamente el proceso, normal, dentro de las salvajes reglas de juego del mercado capitalista, de concentración en pocas manos de estos tres sectores. La internet, como la conocemos en ésta 2ª década del siglo XXI, existía...en la ciencia ficción.

En estos momentos, principios de los 80, se van a dar diversos enfrentamientos entre medios y grupos económicos. El que se da entre El Espectador y el grupo Michelsen o Gran Colombiano, lo va a ganar –a un altísimo costo financiero– el medio escrito. Y el que se da entre la Asociación Nacional de Anunciantes (Fundada en 1979) y el Noticiero dirigido por Juan Guillermo Ríos (en ese entonces un paradójico ego-malgeniado que hablaba del “Buen Genio”) que va a perder no el medio, pero sí el periodista.

HITO 3: *Algo había cambiado. El poder de los medios era enfrentado abiertamente y se desdibujaba frente al reto de captar torta publicitaria controlada por los grandes grupos económicos. Posiblemente se comenzaba a configurar un círculo perverso: el poder político sometía al poder económico (y viceversa) y estos bloquean económicamente –vía cortes en la pauta pública o privada– a los medios que entonces pierden independencia frente a ambos.*

Bien pronto el intento de las mafias cocaineras, que utilizaban las mismas rutas trazadas por el contrabando (¿desde la Colonia?) o por las marihuaneras; por llegar al poder político: pues ya habían avasallado en sus regiones el poder económico y el poder social; va a entrar en choque con medios de comunicación como El Espectador. La actitud de la prensa en general es ó cobarde, ó de conveniencia, ó de acomodamiento: El Espectador se queda, prácticamente, sólo en la pelea.

Pienso que Pablo Escobar, los hermanos Rodríguez Orejuela y los carteles del narcotráfico marcaron al país y por ende la agenda mediática, fácilmente por más de 15 años (!), desde 1982 hasta 1998 o más, el tema abierto o central es ese. Escapa a este texto algo que sería muy valioso: Un profundo análisis de la actitud asumida por El País en Cali y por El Colombiano en Medellín en esos años frente a los carteles que se aposentaban cerca a sus rotativas, de las emisoras locales, de la televisión regional, pues, sin pretender que fueran mártires, llama la atención que la violencia narcotraficante se concentrará en medios nacionales: que recuerde se dió el atentado a El Espectador en 1989, y el secuestro y asesinato de directores y jefes de redacción de medios nacionales en 1990. Y no sólo

de intimidación sino de penetración abierta: ha sido poca clara la relación que sostuvo el Cartel de Cali con un Grupo Radial...el Grupo Radial Colombiano. Años después Colmundo Radio. Los medios en general, hicieron lo del resto de la sociedad a la cual pertenecen, optaron por la sobrevivencia...

La actitud de la prensa, los medios, frente a las guerrillas ha sido ambivalente. Me atrevería a decir que hasta bien entrados los 90s, hasta el fallido intento de negociación con las FARC en 1998-2002, los medios creyeron en la salida negociada al conflicto. De hecho sirvieron de caja de resonancia a la audaz propaganda del M-19 en los 70s y 80s. La desmovilización fue acogida y resaltada. El M-19 llegó a tener su propio noticiero de televisión. Notivisión que antes de desaparecer se llamó AM-PM, allí emergerían figuras contestatarias como Hollman Morris.

Las autodefensas, provenientes de las mafias del narcotráfico aliadas con las élites enemigas de las guerrillas (y de las izquierdas –ó- reivindicadores de problemáticas sociales en general en muchos casos), nacieron ejerciendo su poder de intimidación y, controlando “a las buenas o a las malas” los medios locales. Pocas voces. Aisladas voces alertaban a nivel nacional sobre la magnitud del fenómeno. Pues el mayor desacierto de los medios ha sido sus perfiles ó bien “bogotanzados” en su información, ó bien “provincializados”, negándose a entender que los fenómenos de uno u otro lado se concatenan. Los más influyentes medios nacionales difícilmente salen de los micromundos sociales de sus dueños o directivos que viven, o fuera del país, o entre las calles 72 y 93 en esa micro- provincia-élite de los barrios del norte de Bogotá...especialmente de los cerros Nororientales. Colprensa que podría ser un mediador de micromundos, se ha caracterizado por su debilidad.

HITO 4: *Si NO ha sido claro aun, lo clarifico, los medios masivos, sean hablados, escritos, o televisados, (o en la red), han tenido, tienen y tendrán dueños. Esos dueños son los que marcan la línea editorial, son los patrones de los directores, y los directores bajan –puede que sin reformas o con ellas...pero con la misma esencia- las orientaciones a los editores y los editores a las y los “carga ladrillos”. Así ha sido, es y será. Quienes escapan a ésta regla, son la excepción, que, la confirma. (Add: Si conozco dueños de medios, de estrato 2-3...emisoras en perdidos y hermosos municipios... los demás son o inmensamente ricos, o son empresas ligadas a flujos internacionales de capital).*

Esa mezcla heterogénea de posiciones que se representaban en la constituyente del 91, se reflejaron en la carta. Tal vez de lo más importante fue el inicio de la democratización privatizadora de la TV con el desmonte (paulatino pero persistente) de las cortapisas y controles que poseería el estado, NO sólo en la TV sino en casi todas las telecomunicaciones. Bajo este nuevo marco nacieron CMI, QAP, NTC,...y Quack... para recordar algunos.

En este período aparece en algunos medios la figura del “Defensor del lector”. Curiosamente luego desapareció. Las Unidades de Investigación son prácticamente inexistentes. Es bien poco el periodismo investigativo que se ejerce desde los medios. Incluso, en provincia, y seguramente a nivel nacional también, varias investigaciones lo que cumplen son cometidos electorales o de intereses particulares de los propietarios o directores de los medios. Tuve la oportunidad de ver a principios y mediados de los 90s una “investigación” contra el rector de una universidad de provincia, dirigida por un periódico, cuyo objetivo era favorecer electoralmente a los cercanos al medio. Y semestres después otra donde se atacaba una administración municipal, con el único fin de que en el reacomodo del gabinete municipal quedara representada la familia dueña del rotativo.

Había emergido Cambio 16 –luego Cambio a secas- . Nuevamente las revistas eran lo más cercano al periodismo investigativo. Tuvo dificultades económicas desde el principio. De hecho años después tendría transacciones financieras con el cartel de la contratación de los Nule.

En la radio se comenzaban a consolidar la FM en detrimento de la tradicional AM. Para 1994 comenzaba a tomar fuerza la telefonía móvil o celular. Y aparecía otro actor comunicacional tan, ciertamente, incontrolable por individuos y más propensos al devenir de las masas como lo es la Internet. En sus primeros años los grandes abanderados fueron las universidades, y a nivel público-masivo lo fue la compañía nacional (pública) de telecomunicaciones TELECOM.

El evento central en las pujas por el poder, y que nos permite medir la real capacidad de incidencia de los medios, es el gobierno Samper, 1994-1998 y el proceso 8000. No me extenderé –pues de hacerlo habría que hacerlo con mucha intensidad- pero el balance final fue que el poder REAL lo tenían los grandes grupos económicos que sostuvieron –con el auspicio de sus propios medios- al cuestionado Presidente. Y que la clase política, incluso, por décadas subordinada a los vaivenes de los periódicos, se desmarcó de esta. Sus reales jefes, como se vería con el transcurrir de los años ya ni siquiera eran los grandes grupos económicos o las familias tradicionales, los eran ó los carteles de contratistas

apudados en la corrupción ó las mafias del narcotráfico ó del paramilitarismo, y en algunos casos las guerrillas. O combinaciones. A partir de ese entonces, nada volvería a ser igual.

La posibilidad que los medios de comunicación, controlados por actores privados, derribaran a un Presidente, o lo ayudaran a propiciar, como había sucedido con la explosión citada de periodismo investigativo de los 70s (80s) , al menos en Colombia, había mostrado que al cambiar las variables económicas y sociales que soportan el poder político, le habían quitado real politik power.

Tal vez como parte del pago por los servicios cumplidos, un gobierno que se jactaba de ser el generador de reformas frente al Neoliberalismo de su antecesor, fue, precisamente el que asentó el rompimiento del monopolio de Telecom, iniciando la acelerada privatización de las telecomunicaciones.

El Espectador, finalmente, tras los golpes de los 80s por grupos económicos, los 90s por el narcotráfico, y, seguramente por errores típicos de las empresas manejadas por cerradas familias, colapsó a fines de los 90s aunado a que el monopolio sobre la pauta comercial que se tenía décadas atrás, hace apenas lustros compartido con la radio, y más recientemente con la televisión y algo con las revistas, los debilitaba. Lo adquirió el grupo Santo Domingo (llamado Bavaria).Una familia de las que hablábamos antes cedía al poder de los grupos. Pasó a ser semanario Curiosamente su competencia –también de familia...aunque más extensa-seguía creciendo. Se convertía en Casa Editorial con presencia diversificada.

La Televisión había consolidado en los 90 un acelerado proceso de privatización que, por leyes normales del mercado, se volvería concentración en la década siguiente. Primero dio inicio con la (decretada) competencia entre (programadoras) los canales 1 y A al comienzo de la década y para finales de la misma fue la llegada plena de dos (mega) canales privados RCN y Caracol, ambos propiedad de enormes grupos económicos y la consolidación de la televisión por suscripción. Para fines de siglo la mayoría de programadoras ligadas a los canales públicos han colapsado o se han convertido en productoras para los dos mega canales privados. De hecho, de los tres canales públicos sólo sobrevivirían dos. Si en los 60s el negocio había sido la radio, en los 90s y en adelante lo sería la televisión en sus megas variables y en el formato de suscripción: conozco personas que se hicieron inmensamente ricos “tirando cables” como me dijo uno de ellos.

A niveles regionales dicha disputa por la pauta tal vez era menos aguerrida, pero igual se daba. La existencia o no de un periódico está muy ligada al tamaño de su ciudad.

Ya para ese entonces venían desapareciendo los pequeños periódicos de baja y esporádica circulación. Y en la mayor parte de las ciudades se repetía el fenómeno nacional, se consolidaba un periódico en detrimento de otro. Muchos desaparecerían otros, más por la crisis, que por la proyección, se atreverían a dar el salto al naciente ciber espacio, como el Occidente de Cali.

HITO 5: *En estos momentos, advenimiento del nuevo siglo, muy poco quedaba de la gran influencia de los periódicos que tenían un siglo antes. El medio rey, y el más temido era la televisión. Pero este medio (y la Radio) ya era propiedad en buena medida de los grandes grupos económicos donde los intereses que priman NO son ni partidarios, ni doctrinarios, son simplemente de Negocio, de Lucro. El único diario nacional oscilaba entre uno y otro tenor. Sólo algunos medios impresos regionales se asemejaban a sus orígenes y lo hacían con dificultades.*

Y es que ya en ese entonces emergía la world wide web. La red internacional de información que empezaba, lenta muy lentamente a masificarse, si bien a nivel urbano su proceso ha sido y es más acelerado. Y va apareciendo un medio que escapa a lo aquí esbozado: la masificación de la telefonía celular. Una especie de sistema comunicacional alternativo poco estudiado que ha dinamizado lo que se llamaba la “comunicación oral” a estados sorprendentes.

El presente

El siglo XX murió y arrancó el XXI

Durante la primera década del siglo ya había más celulares que líneas fijas. Comienzan a aparecer y consolidarse las redes sociales. Aparece el fenómeno de los smarthphone y las diversas posibilidades que ofrecen: NO son simplemente un teléfono, de hecho pareciera que el teléfono fuera secundario, el tema es movilidad y rapidez. Las páginas web de los medios adquieren gran importancia, pero aún NO los reemplazan, empero todas las señales parecen conducir hacia allá. Los capitales privados externos han ido apoderándose de los medios. Españoles compraron TELECOM, Españoles compraron a CARACOL Radio, el Grupo Planeta de España compró a El Tiempo; TELMEX de Carlos Slim, es el principal operador del servicio de televisión por cable. En ese escenario se radicaliza aún más la preeminencia de los negocios sobre la investigación o el buen periodismo. El ejemplo es lo sucedido con la revista Cambio, que tras diversas crisis financieras terminaría siendo propiedad de los Santos+Planeta, pero que por enfrentar abiertamente al futuro presidente y al gobernante aliado del presidente –que además intervenía en el mega negocio del tercer canal privado en el cual estaban interesados los propietarios-, sería liquidada hacia 2010.

Sin embargo, el siglo XXI ya nos mostró el impacto de los mensajes de texto cuando ATOCHA expuso la libertad de acción ciudadana que implicaba la emergencia de medios masivos SIN PROPIETARIO, ¿quién es el dueño de mis llamadas, quién es el dueño de mis mensajes de texto (ahora es de voz, de video, de fotos y sigue...)?...los individuos, individuos que sumando miles y millones de mensajes comunes generan nuevos medios masivos de comunicación SIN PROPIETARIO... es el advenimiento de medios regidos por la teoría del caos, medios incomprendidos - poco estudiados, medios regidos por emociones (difíciles de racionalizar) de las masas. Luego vendrían los procesos en los países árabes mediados por los blogs –individuales/independientes- los trinos en twitter –individuos/libres- el facebook, al momento de escribir este texto se mantenía la #spanishrevolution cuyo origen, en buena medida, además de factores socio-económicos, fueron los iniciales intentos por controlar el acceso al contenido de la red por los ciudadanos: los lustros y décadas que siguen, muy seguramente vivirán esa disputa.

Asistimos pues a una REVOLUCIÓN que enfrenta abiertamente el control que las élites han tenido de los medios masivos de comunicación. “La masa se alza con los medios ” y rompe el tradicional “los medios se alzan con las masas”. Muy seguramente los intentos de estas élites por controlar los medios alternativos continuarán. Pero fracasarán porque en la esencia del mercado, de la ganancia asociada a estos medios alternativos, está íntimamente ligada a que los usuarios jueguen con absoluta libertad dentro del mercado.

HITO 6: *Curioso, al entrar el siglo XXI la revolución que implicaba que el control de algunos individuos sobre los medios masivos de “producción” se rompería, se está dando sí, pero es otra revolución, la que implica que el control de algunos individuos sobre los medios masivos de “comunicación” se romper...ió?*

Hagamos un corte

En los pequeños municipios, la prensa como tal es inexistente. Hay pequeños y ocasionales medios. La radio sigue siendo poderosa e incluso sobreviven radios locales de baja frecuencia. La televisión compite con la radio. Y también hay canales comunitarios. A veces parece más fácil un canal local privado o comunitario que una emisora ya entrada en decadencia. La internet apenas llega. En buena medida sigue siendo lo que diga el párroco en la misa de 7 los domingos, o por los altoparlantes, el mejor difusor.

En los medianos. Se han consolidado uno, máximo dos diarios. Su influencia NO es la de antes.

Realmente desconozco desde hace muchos años que un diario tumbó a un alcalde o a un gobernador, pero sí a un secretario de despacho o gerente...y a veces ni eso: quienes, generalmente, le hablan al oído a los gobernantes son los grandes y medianos contratistas. La radio está consolidada. Pero, curiosamente lo que muestran los índices de audiencia es que lo más escuchado es la FM, y NO la AM. Es decir que lo más oído es la música y sus similares mientras que los espacios de noticias y menos de opinión, cada vez pierden más mercado. La TV es la reina. Pero el fenómeno es similar aunque tal vez de menor impacto: lo más visto son los programas de entretenimiento (las Novelas por lo general) mientras que los noticieros y menos aún los espacios de opinión televisados poseen menor audiencia. La internet está más extendida que en los municipios, pero todavía su impacto es relativo. Además generalmente las conexiones a hogares –sin masificar- son de los minoritarios estratos altos o medios.

Las metrópolis, se han hecho más complejas para los medios. En las metrópolis donde los individuos viven la soledad de las masas, el tema de la comunicación es más heterogéneo. ¿Cuánta información se difunde vía llamadas entre móviles o mensajes de texto? La televisión es la reina. Pero ¿cuál canal? En las metrópolis y en las ciudades intermedias la proliferación de la TV por cable con decenas de ofertas hace que el cerebro de esa reina sea el zapping. Su influencia es difusa. Y si aceptamos que la de ese medio es difusa, peor la radio: decenas de emisoras se disputan los oídos. La prensa a pesar de sus volúmenes de venta, es débil. Y la red, la internet avanza...pero también es complejo decir que se consolida como un solo canal. (Las redes sociales están en ciernes. Posiblemente el fenómeno de la Ola Verde pudo haber sido su primera gran expresión masiva y autónoma, tan autónoma que luego rompió con el candidato y luego con el partido que pretendió impulsar). La oferta entonces en las megas ciudades es proporcional a su tamaño. Pero es difusa. En las metrópolis las masas son más libres frente a las influencias de los medios que en los pequeños y medianos municipios.

Nuestro presente es una extraña combinación entre la supervivencia de prácticas informativas y de poder asociadas aún a las parroquias pero inmersas en el advenimiento de la comunicación cosmopolita, una comunicación que cada vez dificulta más manipular a las masas que hace 100 años se limitaban a creer lo que les contaban quienes leían los escasos periódicos de sus partidos...

Toda apuesta en el futuro es tan incierta como una lotería. El mundo que se vislumbra es el del Tele trabajo, del trabajo en casa, del trabajo en red-virtual, el de la aparición de nuevas aéreas económicas asociadas a ese mundo virtual; también un mundo cada vez más glocalizado (Translocalismo); un mundo donde paulatinamente se pase del discurso a los hechos en la bio-infraestructura, la eco-infraestructura, al mundo sustentable, lo cual seguramente asegure una (aún) más larga existencia humana (correlacionada y dependiente de lo anterior), todo ello muy posiblemente consolide el cosmopolitismo, la ciudadanía virtual global ... ¿cuánto tiempo tomará ello?...ni idea. Pueden ser años, lustros o décadas.

Qué pasará con la los periódicos y las revistas, con la prensa impresa. Ya Amazon lo ha revelado, desde el 2011, se venden más textos virtuales que físicos. La prensa seguirá existiendo pero en ese formato. Su influencia estará correlacionada entonces con la extensión y con la profundidad de la red: extensión de cobertura, profundidad de calidad. Seguramente seguiremos navegando por la red, pero seguiremos teniendo como faros los medios de comunicación que han pasado a tener súper páginas web. Obvio, los mecanismos de financiamiento seguramente se transformaran. Y si esto posiblemente suceda con los periódicos o las revistas. La radio y la televisión que siempre han estado cercanas a ese mundo más virtual que físico, seguirán por ese camino. Pero el rey en los medios entonces será un medio que los suma a todos: los computadores especialmente los personales y especialmente los portátiles.

HITO 7: *¿Cuál será la capacidad de influir de las élites socio económicas en ese nuevo escenario? Hemos dicho que los medios hace rato dependen de los grandes intereses económicos. La mayoría de ellos carecen o carecerán de la independencia frente a estos. Creo que la palabra clave es el advenimiento de la transparencia. Tal vez la gran pérdida para las élites y la gran ganancia para las masas sea que al gobernar las clases dominantes le deban mayor transparencia, pues dada ya no la "pluralidad" sino la "cuasi universalidad" de la información (o de la des-información), se les va a dificultar ampliamente el mentir.*

Bibliografía

ANDA Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia (2011) Recuperado en Junio 2011 En: http://www.andacol.com/php/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=20&Itemid=300060

Amat Yamid (2007), Colombia: la evolución de la prensa nacional, a propósito de un estudio sobre árabes, Recuperado en Junio 2011 En: <http://iturbidesciencia.blogspot.com/2007/04/colombia-la-evolucion-de-la-prensa.html>

Biblioteca Luis Ángel Arango, Banco de la República. "Historia de la Televisión en Colombia" (2004) .<<http://www.lablaa.org/blaavirtual/humboldt/bio.htm>>Búsqueda Recuperado en mayo de 2011 En: http://www.banrepultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/momentos.htm

Crespo, J. (2009) Historias de la radio: La radio en Colombia Recuperado en Junio 2011 En: <http://www.natureduca.com/radioblog/?p=135>

Cobos, T. (2005) Historia de Internet en el mundo y su llegada a Colombia Recuperado en Junio 2011 En: <http://co.globedia.com/historia-internet-mundo-llegada-colombia>

Donato, R.; Scagnetti, G.; Porpora, M.; Graffieti, M.; Masud (2009) We will be here - Map of the Future - Recuperado en Junio 2011 En: <http://www.flickr.com/photos/densitydesign/3975416561/sizes/o/> ó www.densitydesign.org/2009/10/02/we-will-be-here-map-of-t...

Gutiérrez, M. (2001) historia de las telecomunicaciones en Colombia Recuperado en Junio 2011 En: <http://www.monografias.com/trabajos10/telec/telec.shtml>

Lichfield, J. (2010) Traducción de Jorge Anaya Sí tomé textos de Wikipedia pero no los plagué, afirma Michel Houellebecq ; Recuperado en Junio 2011 En: <http://www.jornada.unam.mx/2010/09/09/index.php?section=cultura&article=a06n1cul>

López, P. y Canales, R. (2006) Historia y principales diarios de Colombia Recuperado en Junio 2011 En: <http://estructuracolombia.wordpress.com/2006/06/03/historia-y-principales-diarios-de-colombia/>