

Democracia y medios, una disyuntiva en América Latina. Desde lo micro como un reflejo de lo macro. Caso San Luis Potosí*

LIZY NAVARRO ZAMORA

lizy@uaslp.mx

Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México

Recibido: 14 de abril de 2005

Aceptado: 8 de mayo de 2005

RESUMEN El binomio democracia-medios se presenta como uno de los principales argumentos para que los países consigan la tan anhelada transición democrática. Sin embargo, en América Latina sólo podemos hablar de la democracia para las grandes urbes, mientras el resto de las entidades federativas o provincias no lo consiguen. En esto los medios han jugado su propia responsabilidad. Este trabajo reporta un estudio que se realizó a los medios de San Luis Potosí, simboliza el estado en que se encuentran la mayoría de los medios de las provincias de América Latina. Mientras estos medios no sean democráticos, la democracia no se transmitirá a todos los ámbitos.

Palabras clave: Democracia, medios, América Latina

Democracy and Media, an Disjunction in Latin America. Case San Luis Potosí

ABSTRACT The binomial democracy-media is one of the most important argument to the countries obtain the transition democracy. However, in Latin America only we can see the democracy in the cities, but not in the provinces. The media have the own responsibility. This report is an studie about medias in San Luis Potosí. This case symbolize the state of the medias in the provinces of Latin America. While these medias aren't democratic, the democracy isn't going to be in all sectors.

Keywords: Democracy, medias, Latin America

SUMARIO 1. Introducción. 2. Caso San Luis Potosí. 3. Antidemocracia en los medios. 4. Contenidos de los medios de comunicación de San Luis Potosí. 5. Conclusiones. 6. Referencias bibliográficas.

* Este artículo es un reporte de un proyecto de investigación aprobado y financiado por el programa Promep de la Secretaría de Educación Pública del Gobierno de México.

1. Introducción

Las tres últimas décadas del siglo XX y los primeros cinco años del XXI han significado para la región de América Latina el gran reto de la democratización. Cada uno de los países ha tomado su propio tiempo y proceso, pero hasta el momento ninguno ha logrado una verdadera consolidación de los principios de igualdad, respeto al voto, tolerancia, libertad, todo lo que simboliza la democracia, más allá de una transparencia electoral. En un mismo país se presentan disparidades significativas entre el proceso democrático de unas regiones, frente a otras. Lo cierto es que mientras las grandes urbes ante la imagen internacional son democráticas, las regiones internas están en el proceso de cambio y algunas ni siquiera lo han iniciado. Las escalas son muy significativas.

A partir del desarrollo de los medios de comunicación y de la consolidación del binomio medios-democracia, ninguna nación ha logrado el estatus pleno de democrático mientras sus medios de comunicación no cumplan con este principio. La democratización de la sociedad pasa por la democratización de la información y viceversa. En el mundo neoliberal el primero de todos los poderes es el poder económico. El segundo es el poder mediático. De forma que el poder político queda relegado a una tercera posición. Sin embargo, en toda América Latina el poder político tiene una estrecha relación de dependencia con el mediático.

¿Dónde debemos situar a los medios de comunicación en América Latina? Uno de los principales problemas de los países de esta región ha sido la separación absoluta entre quienes representan los poderes institucionales y los poderes fácticos. El poder real suele residir en instituciones a las que las normas asignan otras funciones o en grupos que no forman parte del orden político-institucional (familias tradicionales, grupos económicos y otros). Ante este divorcio se presenta un desconocimiento a los poderes decretados y en muchas ocasiones un descontento absoluto a los reales. En estos poderes reales hemos ubicado al poder mediático. Esta gran influencia de los medios es vista como parte del aumento de los controles que han permitido democratizar el ejercicio del gobierno, pero esto se presenta cuando los medios de comunicación también son democráticos. Los medios tienen la capacidad de generar agenda, de predisponer a la opinión pública a favor o en contra de diferentes iniciativas y de erosionar la imagen de figuras públicas mediante la manipulación de denuncias.

Uno de los objetivos de esta investigación ha sido analizar el caso mediático de la entidad federativa (lo que se llamaría provincia en España) de San Luis Potosí como un caso específico, pero a la vez general que refleja la realidad de la democracia mediática que existe en las entidades y provincias de América Latina. En este estudio se partió de las investigaciones realizadas por Jacques Kayser en el *Diario Francés*. Metodología que se ha actualizado y adaptado a la realidad mediática actual. La biografía técnica de los medios, la hemerografía estructural (análisis morfológico). Además, se analizaron los contenidos de los medios de comunicación comparando cada medio con los propios de su naturaleza.

San Luis Potosí es una entidad federativa de las 32 que existen en México. Se ubica

geográficamente en el centro del país y cuenta con una población de alrededor de dos millones de personas (población fluctuante por quienes emigran a los Estados Unidos). La realidad que se vive en este lugar es muy similar a la gran mayoría de entidades y provincias que se ubican en América Latina, aún cuando cada una tiene su propio espectro cultural. América Latina ha avanzado y retrocedido de una manera muy similar en cada una de sus regiones. San Luis Potosí no ha tenido la misma evolución democrática que ha seguido la Ciudad de México, capital del país. Mientras en el ámbito internacional el año 2000 significó para México el inicio de la democracia, para el resto de la nación los ambientes antidemocráticos se siguen viviendo.

La relación medios-democracia ha sido muy significativa. Los medios (radio, prensa y televisión) considerados como nacionales se democratizaron, entendiendo esta palabra como el respeto a los principios éticos del periodismo. Esto no ocurrió en los medios de las entidades federativas y como consecuencia esa correlación medios-democracia aún no se ha presentado. Aún así hay una cierta proliferación de los medios regionales que con sus limitaciones resultan propiciadores del pluralismo. Para interpretar los resultados, es importante hacer algunas reflexiones sobre este punto. Democratización informativa es pluralismo, en contenidos y en medios. Pluralismo entendido no como el surgimiento de numerosos medios de comunicación, sino como medios de comunicación que no respondan a unos mismos intereses de grupo y con diversidad de ideologías que representen a las corrientes de los ciudadanos. La concentración significa posesión de los medios en menos manos. Ello estrecha la pluralidad que se promueve en el campo político y dificulta el florecimiento democrático en este importante campo y ejercicio del periodismo para la democracia de las sociedades en su conjunto.

En América Latina, la democratización de los medios y del ejercicio del periodismo es imposible o resulta muy condicionada sin la democratización de las sociedades. Los medios pequeños, esos que representan las pequeñas regiones sobreviven o mueren por falta de recursos, generando el desencanto, una apatía hacia la información y un alejamiento de las cuestiones más inmediatas en el ciudadano rural o provincial. Alentarlos es fundamental para los fines de democratización y pluralismo informativo.

Lo nuevo, además de la mayor exposición del público a los medios, es que se ha salido de una época mayoritariamente vinculada a los partidos políticos y, en algunos casos, éstos ejercían cierto control sobre aquéllos; actualmente muchos medios se han independizado de las estructuras partidarias y han pasado a formar parte de grupos económicos no subordinados al poder político y con intereses muy diversificados.

Existen dos rutas para el poder mediático: la prensa sofisticada los mecanismos de engaño u opera como límite. Sin embargo, mientras en su proceso de evolución ha logrado separarse de los grupos políticos, su vinculación con los económicos es más estrecha. A través de los medios, los empresarios concentran aún más poder, ya sea porque son sus propietarios o porque imponen condiciones a través del manejo de las pautas publicitarias. Esta alianza les otorga gran capacidad de generar opinión,

determinar temas de agenda e incidir sobre la imagen pública de los funcionarios, partidos políticos e instituciones. En el caso extremo los medios son caracterizados como un control sin control, que cumple funciones que exceden el derecho a la información. Forman la opinión pública, determinan la agenda y, en consecuencia, son los que más influyen en la gobernabilidad.

Ante este espectro no ético, surge la esperanza de que la prensa sea quien vigile a quienes ejercen el poder. Los mandatarios identifican la intervención omnipresente de los medios de comunicación como un contrabalance a su poder, en la medida que la opinión pública tiende a orientarse básicamente por la opinión y evaluación que los medios realizan de las acciones gubernamentales. El problema de todo ello radica en que falta responsabilidad para que los medios difundan la información. Éstos atraviesan un proceso de evolución en el que tenemos una confusión de poder como nunca jamás han tenidos en su historia, que es el poder total y la responsabilidad cero.

La teoría democrática consensada en el mundo occidental pone énfasis en la libertad de prensa como una condición para que el proceso electoral sea democrático y, en particular, para que sea realmente competitivo. La libertad de prensa y el derecho a la información son condiciones necesarias para que la sociedad tenga capacidad de fiscalizar al Estado y al gobierno, así como, en general, participar en los asuntos públicos. En otros países, los medios publican con gran despliegue su información financiera interna y la evolución de sus negocios. Tanto en sus sitios web como en las empresas listadas en la bolsa de valores de Nueva York se pueden encontrar las empresas editoras de *The New York Times* o *The Wall Street Journal* saber con precisión y veracidad todos los datos trimestrales auditados de ingresos publicitarios, utilidades, dividendos, etc., lo que aumenta la transparencia y confiabilidad de los medios.

En México, a excepción de varias empresas de comunicación electrónica, ningún diario proporciona este tipo de información. El manejo económico de los medios (publicidad o apoyos institucionales) en América Latina es oscurantista lo que significa la no transparencia en su misma información.

2. Caso San Luis Potosí

La historia de la prensa en San Luis Potosí describe lo que ha sido la historia de la llamada clase política. La disputa de las élites por el dominio de una visión y de un modo de percibir la realidad en el estado. Este ejemplo es un detalle que encontramos en toda América Latina. Este caso San Luis, más allá de ser un caso regional, representa la realidad que se vive en las provincias de América Latina. Es ahí donde surge la hipótesis, mientras los medios de comunicación no se democratizan en su interior, no podrán contribuir a la democracia de las regiones y a una democracia verdaderamente nacional. Una vez situados en el caso es importante precisar que la entidad federativa de San Luis Potosí cuenta con 58 municipios. Las principales ciudades son la capital San Luis Potosí, Ciudad Valles, Matehuala y Rioverde.

LUGAR	RADIO FM	RADIO AM	TV	PRENSA
Cerritos			1	
Ciudad Valles*		4	3	1
Ébano			1	
Matehuala*		3		
Matlapa			1	
Rioverde*		2	1	
San Luis Potosí (Capital)	9	10	4	7
Tancanhuitz de Santos		Bilingüe 1		
Tamazunchale		1	1	1
Xilitla			1	

TABLA 1. Registro de los medios de comunicación por municipio

* Las cuatro ciudades más importantes de la entidad.

2.1. Prensa

En la entidad federativa se tiene la siguiente oferta: siete medios de circulación estatal, uno en Ciudad Valles y otro en Tamazunchale, estos dos más regionalistas. Resulta una correspondencia interesante entre el número de habitantes por medio impreso. Sin embargo, de esos siete que hay en la capital, uno es netamente deportivo y dos se centran en la información policiaca. En teoría, a los primeros siete se les considera estatales, pero la circulación de ellos predomina en la capital de la entidad federativa y en otras tres de las ciudades más importantes, el resto de los municipios no cuenta con un órgano informativo. Uno de ellos, *El mañana* es el único ubicado en la Huasteca¹. Alrededor de 40 municipios deben esperar hasta el mediodía para contar con un de estos diarios, que es el único medio para tener información económica, política y cultural de su región. En algunos nunca llega. Los dueños de estos medios están estrechamente vinculados al poder político de la entidad y aunque uno de ellos *El Sol de San Luis* pertenece a una cadena nacional, ha logrado entrelazarse con el poder local.

2.2. Radio

En la radio contamos con 9 estaciones de FM y 21 de AM. Aunque éstas están más diversificadas en el estado, no todos los 58 municipios cuentan con una. Más allá de esta aclaración, uno de los puntos centrales es que el 98 por ciento de su programación es musical y sólo un 2% cuenta con espacios informativos. Aunque la radio sigue considerándose como el medio de mayor penetración no es utilizado para las funciones de información y orientación. Sus objetivos se centran en el entretenimiento. En este medio es muy interesante destacar que existe una estación de radio *La voz de las huastecas* que se presenta en español y náhuatl, ya que una parte de la población de la zona huasteca de San Luis Potosí habla en este dialecto.

¹ La Huasteca es una zona ubicada en México que abarca tres entidades federativas las cuales son Hidalgo, Veracruz y San Luis Potosí. Se caracteriza porque es habitada por indígenas que hablan el náhuatl y el huasteco.

2.3. Televisión

Aunque en las estadísticas de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión se registran 21 canales, en la realidad se presentan 13 ya que el resto se ubican como repetidoras de los canales nacionales. Las barras programáticas de las estaciones de televisión toman alrededor de un 70% de la programación nacional y sólo producen un 30%. Entre las cuales un 13% son noticiarios. El desarrollo de los medios de comunicación en San Luis Potosí no ha sido destacado en el plano nacional. En la actualidad aún les queda un amplio camino por recorrer para que exista una real manifestación de pluralismo en la opinión y una información que guarde todo el peso de los medios. Ante las cifras que se presentan, una conclusión a priori podría ser que el número de medios es más que el indicado para una población como ésta. Sin embargo profundizando en su análisis y después de investigar la ficha biográfica como lo hizo Kayser y de aplicar un análisis de contenido podemos llegar a las siguientes consideraciones.

Los medios de comunicación no satisfacen la necesidad informativa de la población rural. Están enfocados a una población urbana. Esto por consecuencia tiene resultados negativos para el proceso de democratización que vive el país. El ciudadano desconoce los fenómenos políticos, económicos y sociales de su ámbito geográfico, de su estado y de su país. Aunque Ignacio Ramonet en su libro *La Tiranía de la Comunicación* habla de que la censura en la actualidad se da como una sobreinformación, esto sólo corresponde a los países desarrollados a nivel informacional, pero no para los países en vías de desarrollo, sobre todo para los ciudadanos que no viven en las grandes urbes. La censura, ya sea con la premeditación o sin ella sigue prevaleciendo en América Latina debido a la falta de información eficiente. En el proceso democrático que han vivido los países europeos la correlación entre medios *democráticos* y *democracia* política ha tenido un estrecho funcionamiento.

3. Antidemocracia en los medios

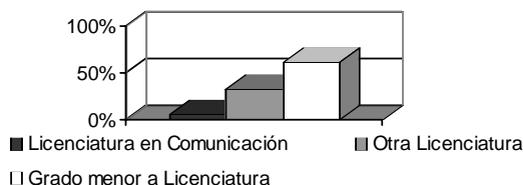
Entendemos a estos medios no democráticos bajo los siguientes argumentos.

1. Caciquismos mediáticos. Los medios de comunicación en la capital potosina están controlados por 6 familias (la Familia Navarro, la Valladares, la ... y). Esto no nos debería sorprender debido a que en el mundo los grupos económicos cada vez se fortalecen. Lo que nos debe interesar aquí es el hecho que esas familias guardan una estrecha relación con los grupos en el poder y no han logrado una separación ética entre su quehacer informativo y aquéllos.
2. Esta primera razón repercute en la calidad informativa. La agenda no está determinada por los intereses de los ciudadanos ni para dar respuesta al derecho a la información de ellos, sino por los intereses de las personas en el poder.
3. Los ámbitos de repercusión informativa son muy limitados. En la capital del estado se habla de lo que sucede principalmente en ésta. No se profundiza en los que ocurre en los otros 57 municipios. Sin embargo, en estos municipios también se generan problemas, controversias que son desconocidos por los mismos

habitantes, etc.

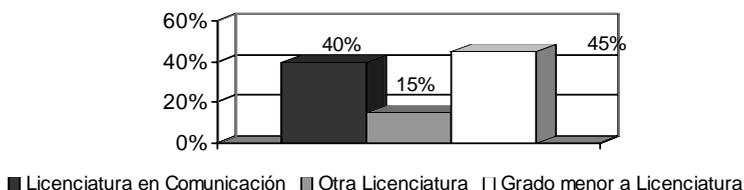
4. La lectura de los diarios se reduce a una circulación de 9 mil ejemplares para el periódico *Pulso* y de mil para el de menor circulación que es *El Herald*o.
5. La radio se concreta a una programación musical y se enfoca a un mínimo de cápsulas informativas. No hay una programación informativa profunda, ni de análisis o tertulia. En el caso de Tancanhuitz de Santos existe una estación bilingüe que permite la comunicación entre quienes hablan el dialecto y no el español. Esta podría ser una de las excepciones democráticas de los medios. Dar una información plural.
6. En los medios de comunicación no ubicados en la capital potosina, el quehacer periodístico es ejercido en más de un 95 por ciento por personas que no estudiaron la comunicación y el periodismo. Sólo un 33% tiene formación profesional y el 62% tiene un grado de preparación menor al bachillerato.

Gráfico I. Profesionalización de los periodistas de los medios de comunicación en San Luis Potosí.
Se excluye la capital



7. En la capital potosina y en el ejercicio del periodismo la situación ha cambiado un poco, aunque no de manera significativa. Aquí alrededor del 40% de quienes realizan esta actividad tienen la formación profesional del comunicólogo o periodista. Es cierto que en el siglo XIX y principios del XX no había ninguna instancia educativa donde se preparara para el ejercicio del periodismo. Pero ya en el siglo XX esto ha cambiado. Es importante especificar que existen 5 Universidades privadas y una pública que ofrecen la carrera de Ciencias de la Comunicación y una de ellas con sistema abierto. En promedio de cada una de ellas egresan anualmente alrededor de 80 pasantes de licenciatura. Resulta por tanto paradójico que aún con tal material humano el intrusismo prevalezca.

Gráfico II: profesionalización de los periodistas de los medios de comunicación en la capital, San Luis Potosí



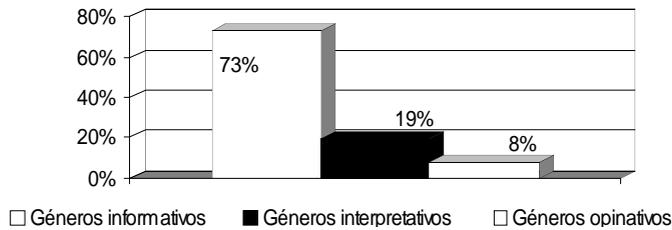
8. En los medios que no pertenecen a la capital quienes ejercen el periodismo tienen otra actividad laboral, ya que ésta no les permite recibir los ingresos necesarios. Algunos de ellos perciben alrededor de 100 dólares mensuales. Por el contrario en la capital potosina, el periodista tiene ingresos por más de 400 dólares mensuales, pero también hay medios que sólo pagan 140 dólares al mes.
9. Ningún medio cuenta con un manuales de estilo, códigos de redacción, etc. Existen algunos intentos de ello en el *Canal 7*, periódico *Pulso* y *San Luis Hoy*. Esto significa que para quien escribe no está definida la línea editorial del medio, ni las obligaciones y responsabilidades de la empresa y del periodista.
10. Aunque en la historia del periodismo han existido algunas organizaciones gremiales. No existe una de ellas que tenga una fortaleza que permita la protección de los periodistas en casos de injusticia. Frecuentemente se han visto engaños a periodistas y no existe organización que intervenga en ello.

4. Contenidos de los medios de comunicación de San Luis Potosí

En el ámbito de las prácticas discursivas se realizó un análisis de los contenidos de los medios de comunicación potosinos y llegamos a las siguientes conclusiones:

1. Los géneros que predominan son la entrevista y la noticia. Alrededor del 70% de las noticias provienen de una declaración y no de un hecho.

Gráfico III: Géneros periodísticos en los medios



2. La investigación de la noticia se centra en un 90% en las fuentes oficiales.
3. Se ubica el boletín como uno de los recursos frecuentemente utilizados por los periodistas. Es fácil encontrar dos escritos con el mismo estilo e información
4. No hay investigación para generar reportajes, crónicas o entrevistas de semblanza.
5. Diariamente no se establece la línea editorial del medio de comunicación. Pareciera que la sustancia informativa que llena las páginas o minutos periodísticos no da ninguna razón para que el medio de comunicación opine a través de los editoriales
6. Hay una prostitución no sólo de los géneros periodísticos en los medios audiovisuales, sino también de los periódicos. Esta máxima de que LOS HECHOS SON SAGRADOS Y LAS OPINIONES LIBRES no se respeta. Se confunde al consumidor de la información.
7. Se opina como si se estuviera informando y se informa como si se estuviera opinando. Una de las razones de ello es el desconocimiento del quehacer

periodístico y existe una clara correlación entre la formación de quienes ejercen esta actividad y su producto.

8. La cobertura informativa se sitúa en el ámbito de la capital, perdiendo interés en lo que sucede en el interior del estado.
9. Hoy, a 5 años de que México consiguió una alternancia en el poder y que ante la opinión pública inició la democracia, a un año de que en San Luis Potosí también triunfara un partido distinto al que durante 70 años gobernó, los medios de comunicación continúan con prácticas no éticas.

5. Conclusiones

¿Hasta donde se ubica la correlación entre democracia y medios? La historia reciente ha demostrado que en las sociedades mediáticas las empresas de comunicación juegan un papel vital en los procesos democráticos de toda nación.

En México, como en Latinoamérica, esta realidad democrática está en proceso. Esto que observamos sucede en San Luis Potosí lo podemos detectar en la mayoría de las entidades federativas y provincias de toda América Latina.

La democracia debe filtrarse por todos los espacios y rincones del país. Esto no podrá lograrse si los medios de comunicación no cumplen con su papel y se democratizan. Mientras sigan aliados con el poder y dependiendo de él su apoyo será inútil.

Por supuesto que en San Luis Potosí han surgido medios plenamente al servicio de los principios éticos periodísticos y de la sociedad como fue el caso de *El Ciudadano* en 1991, pero resultó inútil. La presión de la independencia económica acabó después de un año.

Mientras no existan medios más democráticos, plurales y abiertos a la sociedad, no podrá lograrse la transición a la democracia política. La democracia no sólo debe estar en las élites, debe filtrarse a todos los espacios y momentos.

¿Cómo pasar de los medios no democráticos a los democráticos? Una primera sugerencia sería la siguiente, basada en tres puntos:

Primero: La profesionalización de los periodistas.

Segundo: La independencia económica de los medios.

Tercero: El logro de la democracia política.

La constante es que esto que observamos en San Luis Potosí, esta relación medios sin democracia es lo que prevalece en América Latina. La opinión pública internacional debe conocer lo que pasa realmente en esta región, no lo que reflejan algunos procesos en las principales ciudades.

6. Referencias bibliográficas

KAYSER, JACQUES.

1982: *El diario francés*, Barcelona, A.T.E.

RAMONET, IGNACIO

1998: *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Temas de debate.

TREJO DELARBRE, RAÚL

1992: *La sociedad ausente*, México, Cal y arena.

VV. AA.

1995: *Medios de comunicación y democracia en América Latina*, París, Ediciones UNESCO.