

Omar RINCÓN
EDITOR

José NATANSON • Jacinto RODRÍGUEZ • Ramón COLOMBO • Marielos MONZÓN • Manuel TORRES
Eduardo MARENCO • Álvaro MURILLO • Ricardo VALENCIA • Fernando MARTÍNEZ • Elsa Cecilia PIÑA
Margarita MARTÍNEZ • Gustavo ABAD • Fernando MOLINA • Jacqueline FOWKS • Silvia PÁEZ • José Pedro DÍAZ
María Eugenia LUDUEÑA • Francisco MARTORELL • Carlos Eduardo LINS • Ana Lucía MAGRINI

¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?

[Estado y medios de comunicación
en América Latina]

¿POR QUÉ NOS ODIAN TANTO?

[Estado y medios de comunicación
en América Latina]

Omar Rincón
Editor

Centro de Competencia en Comunicación
para América Latina
Friedrich Ebert Stiftung

Editor:

Omar Rincón

Autores:

José Natanson
Jacinto Rodríguez
Ramón Colombo
Marielos Monzón
Manuel Torres
Eduardo Marengo
Álvaro Murillo
Ricardo Valencia
Fernando Martínez
Elsa Cecilia Piña
Margarita Martínez
Gustavo Abad
Fernando Molina
Jacqueline Fowks
Silvia Páez
José Pedro Díaz
María Eugenia Ludueña
Francisco Martorell
Carlos Eduardo Lins
Ana Lucía Magrini

Ciudad:

Bogotá, 2010

Diseño:

Nelson Mora Murcia

Producción:

Centro de Competencia en Comunicación
para América Latina, C3 FES, www.c3fes.net.

ISBN 978-958-8677-00-2

Este texto puede ser reproducido con previa autorización con
un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

[CONTENIDO]

[Introducción]	
¿HAY QUE DEFENDER A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTADO O AL ESTADO DE LOS MEDIOS Y LOS PERIODISTAS?	5
Omar RINCÓN	
[Prólogo]	
MEDIOS Y "NUEVA IZQUIERDA": ALGUNOS APUNTES IMPRESIONISTAS	15
José NATANSON	
MÉXICO	
CRÓNICA DE UNA TRANSICIÓN FALLIDA	23
Jacinto RODRÍGUEZ	
REPÚBLICA DOMINICANA	
UNA LOCURA MEDIÁTICA	37
Ramón COLOMBO	
GUATEMALA	
CON LOS MISMOS ANTEOJOS	55
Marielos MONZÓN	
HONDURAS	
GOLPE DE ESTADO, ELECCIONES Y MEDIOS EN UNA DEMOCRACIA FALLIDA	71
Manuel TORRES	
NICARAGUA	
CONVIENDO CON EL ENEMIGO	89
Eduardo MARENCO	
COSTA RICA	
LA TENTACIÓN CONTENIDA	105
Álvaro MURILLO	
EL SALVADOR	
LA ESTRATEGIA DEL CAMBIO	115
Ricardo VALENCIA	
PANAMÁ	
EL PODER DE LOS MEDIOS	123
Fernando MARTÍNEZ	
VENEZUELA	
INTOLERANCIA A LA CRÍTICA Y HEGEMONÍA COMUNICACIONAL MENOSCABAN LIBERTAD DE EXPRESIÓN	149
Elsa Cecilia PIÑA	
COLOMBIA	
ESPIONAJE, PRESIONES E INTIMIDACIONES AL RELATO PERIODÍSTICO	165
Margarita MARTÍNEZ	
ECUADOR	
EL CLUB DE LA PELEA... PODER POLÍTICO VS PODER MEDIÁTICO	183
Gustavo ABAD	

BOLIVIA	
DE LA POLARIZACIÓN A LA HEGEMONÍA	199
Fernando MOLINA	
PERÚ	
EL PÚBLICO SIGUE PERDIENDO	217
Jacqueline FOWKS	
PARAGUAY	
LA ENDOGAMIA DEL PODER (Ó) EN BUSCA DE UNA NUEVA IDENTIDAD DEMOCRÁTICA	225
Silvia PÁEZ	
URUGUAY	
DESCUBRIENDO A LA CENICIENTA	245
José Pedro DÍAZ	
ARGENTINA	
TODO O NADA... ESTADO Y MEDIOS EN PIE DE GUERRA	263
María Eugenia LUDUEÑA	
CHILE	
LA SUMA DE LOS MEDIOS (Y DE LOS MIEDOS)	289
Francisco MARTORELL	
BRASIL	
ENTRE EL PLURALISMO INFORMATIVO, LA CENSURA JUDICIAL Y EL PRAGMATISMO POLÍTICO	303
Carlos Eduardo LINS	
[Ensayo]	
Medios de comunicación y Estado en América Latina	
MUCHO GOBIERNO Y MUCHOS MEDIOS, POCO PERIODISMO Y POCAS CIUDADANÍAS	313
Ana Lucía MAGRINI – Omar RINCÓN	

CONVIVIENDO CON EL ENEMIGO

Un nuevo panorama de la comunicación se configura en Nicaragua. El presidente de la República compra medios independientes para acallar voces críticas y para amplificar su influencia en la opinión pública. El acceso a la información pública cada vez es más precario. Las instituciones no responden a las denuncias del periodismo de investigación. Y cuando sí responden, lo hacen con campañas de difamación o instigando la violencia en contra de los periodistas. A los medios les quedan dos opciones: enfrentarse al poder o, como hizo el dueño de *Canal 8*, vender el Canal al mejor postor: allegados al presidente Daniel Ortega. De hostilizarlos ha pasado a cooptarlos y a comprarlos a través de sociedades anónimas. La ascensión al poder del presidente Ortega ha trastocado la naturaleza de la relación de los medios con todos los poderes del Estado. El mandatario tiene creciente influencia en el Poder Judicial, Electoral, municipalidades, Contraloría, Parlamento y el Gobierno Central. También lucha por lograr su hegemonía en la opinión pública. Para ello tiene que convivir con sus “enemigos”, los periodistas críticos.

Eduardo Marengo

guayo121075@gmail.com

Periodista de investigación con 16 años de experiencia. Magíster en Estudios Latinoamericanos por la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia, y miembro del Consejo Asesor del Observatorio de Medios de Comunicación del Centro de Investigaciones de la Comunicación (Cinco).

I. Un presidente asediado

El asedio que el presidente Daniel Ortega sufre por parte de los periodistas nicaragüenses, según sus palabras, sólo es comparable al que padece el presidente Barack Obama de Estados Unidos, quien no descansa ni un sólo día ante los ataques cotidianos de la cadena conservadora *Fox News*. Al igual que Obama, Ortega dice sufrir un empalamiento público que conduce a su propia muerte. Durante uno de sus recientes monólogos televisados, un sábado por la noche mientras entregaba 200 motocicletas a la Policía Nacional de Nicaragua, se quejó de la perversidad del periodismo nicaragüense:

“Hay una campaña sostenida a través de los más grandes medios de comunicación en los Estados Unidos. Hay un medio de comunicación muy poderoso, la Fox, que tiene una audiencia enorme, y ahí está la campaña todos los días ¡y es tan feroz la campaña! que incluso incitan a asesinar al Presidente Obama; tal y como lo hacen aquí también... incitan a asesinar al Presidente de Nicaragua, igual lo están haciendo allá en los Estados Unidos. Y Obama se ha visto obligado a reaccionar frente a ellos, y a decir: bueno, vamos a defendernos y cuando él dice voy a defenderme, entonces vienen y dicen aquellos: ‘ve, ya va a atentar contra la libertad de expresión’”¹.

En Nicaragua hay una irrestricta libertad de expresión, dice el presidente Ortega: “Aquí cada quien dice lo que le da la gana”. Sin embargo, su respuesta a sus críticos es distinta a la del presidente Obama. El presidente Ortega no atiende a los medios que le critican. No brinda entrevistas desde la campaña electoral de 2006 que lo llevó a la presidencia. La única la realizó con el periodista David Frost para la cadena pan-árabe Al-Jazeera. Tampoco brinda conferencias de prensa. No responde del todo a las preguntas de los periodistas, puesto que para él son agentes de la CIA e hijos de Goebbels, el célebre ministro de propaganda nazi.

¿Cuánto de lo dicho por el mandatario nicaragüense corresponde a la realidad? En Nicaragua, ¿hay que defender a los medios del Estado o al Estado de los medios? Si se tiene en cuenta que en los últimos cinco años han sido asesinados dos periodistas por parte de simpatizantes de partidos políticos; y que en los últimos doce meses se han producido más de 25 agresiones a periodistas en el cumplimiento de su deber, –ninguno de estos ataques debidamente investigados por el Estado–; es posible sospechar que quienes deberían poner su barba en remojo en Nicaragua son los periodistas.

¹ Discurso del Presidente Daniel Ortega el sábado 14 de noviembre de 2009 durante un acto oficial en Managua, de entrega de 200 motocicletas a la Policía Nacional de Nicaragua.

II. Ortega y sus medios

Intolerante de los medios críticos, el presidente Ortega pasó de criticarlos a cooptarlos; y de cooptarlos a comprarlos con los fondos de la Alianza Bolivariana de los Pueblos (Alba), cooperación administrada de forma privada-familiar y que asciende a los 300 millones de dólares anualmente. Claro de que los medios son el escenario de la lucha política, el presidente Ortega vive en campaña permanente en contra de sus adversarios y a favor de su reelección.

Todavía bajo la influencia de los esquemas de la Guerra Fría, en el que los medios son dispositivos de guerra ideológica, la primera dama Rosario Murillo diseñó una *Estrategia de Comunicación* cuya esencia consiste en transmitir los mensajes del presidente sin mediaciones de ningún tipo, a través de monólogos transmitidos en vivo y en directo, en cadenas televisivas que los medios privados están obligados a transmitir por disposición legal.

Desde enero de 2010, el gobierno del presidente Ortega tiene el control de *Telenica Canal 8* después de que su antiguo propietario, Carlos Briceño, la vendiese por diez millones de dólares, según medios de prensa nacionales. Y aunque los detalles de la transacción han sido herméticos, se sabe que quien dirige la estación ahora es Juan Carlos Ortega Murillo, hijo del presidente y que los fondos para la compra provinieron del Alba, tal como lo confirmó a *El Nuevo Diario*, el venezolano gerente de Alba de Nicaragua (Albanisa), Rafael Paniagua, lo que le valió su destitución. Albanisa posteriormente emitió un comunicado negando la confesión de Paniagua, lo que fue poco creído por la opinión pública². La compra de la estación provocó la salida del aire de los programas *Esta Noche* y *Esta Semana*, producidos por el destacado periodista independiente, Carlos Fernando Chamorro, quien ha sufrido persecución oficial y campañas de difamación por parte de los medios oficiales del FSLN.

Al silenciar al menos temporalmente a Carlos Fernando Chamorro, el gobierno de Ortega apagó las voces críticas en la televisión, pues las demás estaciones habían cerrado los espacios de opinión que incomodaban al presidente, como es el caso del programa de Jaime Arellano en *Canal 2* en 2008. Y otras estaciones, como explica Guillermo Rothschuh Villanueva, están bajo la influencia del FSLN o prefieren no incomodar al gobierno.

De esta manera, el gobierno del presidente Ortega posee una artillería respetable de medios de comunicación a su favor. En la televisión, la familia Ortega es propietaria

² Galeano, Luis. "Cayó Paniagua", *El Nuevo Diario*, 22 de enero de 2010.

de *Canal 4 Multinoticias* “El canal de la dignidad sandinista”; de *Telenica Canal 8* en sociedad con el Alba; y tienen excelentes relaciones con estaciones como *100 % Noticias*, *Canal 23*, *Canal 41*, *Canal Extra Plus* y *Canal 10* del mexicano Ángel González. No hay un canal estatal y el canal legislativo por cable se limita a transmitir las sesiones parlamentarias.

En la radio el gobierno cuenta con *La Nueva Radio Ya*, *Radio Sandino*, *Radio Primerísima*, *Radio 580*, *Radio Nicaragua* (estatal) y decenas de radios locales. Vía on line, el gobierno dispone de los portales de internet (*El 19*, *El Pueblopresidente* y *La Voz del Sandinismo*); de medios televisivos (*Multinoticias*); de radios (*La Sandino*, *La Nueva Radio Ya*).

En este nuevo panorama en donde los diarios nacionales *El Nuevo Diario* y *La Prensa*, son los únicos que de manera abierta critican al gobierno del presidente Ortega, junto a *Radio Corporación* y estaciones partidarias como *La Poderosa* y *la 15 de Septiembre*; de la televisión nacional ha desaparecido una visión crítica de las acciones de gobierno.

Desde que regresó al poder, el presidente Ortega ha incrementado su influencia política en todos los poderes del Estado: Gobierno Central, Parlamento, Poder Judicial, Contraloría, Municipalidades y Poder Electoral. El único Poder que se le escapa del control es el de la Opinión Pública. ¿A quién hay que defender en la Nicaragua de hoy: a los medios del Estado o al Estado de los medios? “Hay que defender a los medios del Estado y al Estado de los medios”, considera Guillermo Rothschuh Villanueva, director del Observatorio de Medios de Comunicación del Centro de Investigaciones de la Comunicación (Cinco). “Por un lado se debe garantizar la existencia de los medios y la libertad de expresión que muchas veces se ve asediada por el Estado y los poderes privados; y por el otro lado, hay que proteger al Estado de los medios cuando éstos ocultan información, cuando dicen medias verdades o cuando toman posicionamientos partidarios; en ese caso, hay que defender a uno y a otro”, valora Rothschuh.

En la Nicaragua de hoy, para entender la relación del Estado con los medios, conviene analizar la relación de los medios con el presidente Ortega, quien se ha convertido en la fuerza política de mayor preeminencia en el Estado nicaragüense.

III. Medios: menos calidad, menos diálogo y más polarización

¿Hay en Nicaragua –como insinuó el presidente Ortega– un sistema de medios privados que propicia muros de contención a fuerzas progresistas al punto de llegar a conspirar en su contra? La respuesta no es tan sencilla.

Nicaragua cuenta con un mercado de industrias culturales pequeño debido a que su economía es la menor de la región, su Producto Interno Bruto sólo es superior al de Haití y alrededor del cuarenta por ciento de su población vive en pobreza extrema. No hay grandes grupos de comunicación, a excepción del Grupo de América Móvil (del magnate mexicano Carlos Slim), el cual con su marca Claro monopoliza la televisión por suscripción (cable) y la telefonía fija, controlando ampliamente el mercado de la telefonía móvil frente a Telefónica de España (Movistar); al mismo tiempo que disputa el control de internet y se erige como el principal anunciante de los tres diarios nacionales, de las aproximadamente 213 emisoras de radio, y de las 13 estaciones de televisión (cable, UHF, VHF) con frecuencias asignadas³.

En Nicaragua no hay medios públicos. El canal estatal salió del aire hace varios años durante la administración de Enrique Bolaños. La radio estatal, *Radio Nicaragua*, tiene muy bajo *rating* y es utilizada para promover al gobierno de turno. No hay diarios públicos.

Tras la derogación de la Ley de Medios en 1990, el marco normativo para la libertad de expresión descansa en la Constitución de la República de Nicaragua que reconoce los derechos a la libertad de expresión, a la libre búsqueda de la información y al acceso a la información pública. El país cuenta con una Ley de Colegiación Periodística que regula el ejercicio profesional del periodismo, con una Ley de Acceso a la Información Pública que norma el acceso a la información pública, un Código de la Niñez y Adolescencia que vela por los derechos de la niñez y adolescencia cuando son sujetos de noticia; y el Código Penal que regula los delitos de injurias y calumnias. No hay en Nicaragua censura previa y la legislación prohíbe prácticas monopólicas y que los medios sean supeditados a intereses económicos extranjeros.

Pese a contar con una moderna legislación, los medios de comunicación viven en permanente tensión con los poderes públicos y la prevalencia de la nota roja, la editorialización de la noticia y la polarización política, son reflejos de la necesidad de la autorregulación periodística.

La calidad de la producción periodística ha declinado. La televisión ha hipotecado buena parte de sus programas noticiosos y ocupa el *prime time* para rifar premios en efectivo entre los televidentes, gracias a patrocinadores comerciales. Incluso, noticieros como los de *Canal 2* y *Canal 10*, inician sus emisiones anunciando como la noticia del día, al feliz ganador de la promoción comercial del patrocinador de turno.

³ Para un estudio sobre la concentración de las industrias culturales en Nicaragua, con datos al 2004, ver: Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo. *Los monopolios de la verdad: descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana*, IPYS y Trust of The Americas, Prometeo Libros, 2009, 247 páginas.

La nota de sucesos es predominante en *Acción 10*, el telenoticiero más popular, de *Canal 10*. En sus emisiones se muestran cadáveres y escenas sin editar de cuerpos ensangrentados por riñas callejeras y accidentes de tránsito. *Canal 8* también tiene su noticiero de sucesos. En muchas ocasiones, las presentadoras no son profesionales de comunicación, sino modelos de pasarela.

Los medios de comunicación de mayor tradición y más influyentes son los dos diarios nacionales, *La Prensa* (1926) y *El Nuevo Diario* (1980), los que en términos prácticos constituyen un duopolio en la prensa escrita. El tercer diario, *Hoy*, pertenece a la casa Editorial La Prensa. Los propietarios de *La Prensa* y *El Nuevo Diario* pertenecen a la familia Chamorro. De hecho, *El Nuevo Diario*, nace como una escisión de *La Prensa*, al dividirse en 1980 entre quienes apoyaban la revolución sandinista y quienes le criticaban. Aunque estos diarios guardan enfoques distintos, ambos son críticos e independientes de los poderes públicos y marcan la agenda cotidiana de los medios de comunicación de Nicaragua. Su circulación en conjunto no alcanza los 100,000 ejemplares diarios. En 2004 el mercado publicitario alcanzó los 20 millones de dólares y emplean a unas 1.200 personas⁴.

Aunque *La Prensa* y *El Nuevo Diario* son medios independientes, no hay una cultura de rendición de cuentas debidamente cimentada de cara a la ciudadanía. El director de *El Nuevo Diario*, Francisco Chamorro y el jefe de redacción de *La Prensa*, Eduardo Enríquez, no respondieron, por ejemplo, a una solicitud de entrevista en función de este informe. Tampoco respondió el presidente del Colegio de Periodistas, Leonel Laguna. El ambiente periodístico está altamente polarizado y el diálogo informado e inteligente es escaso.

Los canales de televisión más importantes son *Televisión Canal 2*, propiedad de la familia Sacasa, propietaria también de tres estaciones de radio; el *Canal 8* ahora bajo la órbita oficial; el *Canal 10* del empresario mexicano Ángel González que también cuenta con seis estaciones de radio y próximamente una estación de televisión en UHF; el *Canal 12* de la familia Valle; el *Canal 100% Noticias* de Miguel Mora; y *Canal 4*, propiedad de la familia Ortega Murillo en el poder, quien también posee *La Nueva Radio Ya* y otras emisoras. En 2004, la televisión facturó alrededor de 40 millones de dólares en publicidad en televisión abierta y otros 10 millones de dólares en televisión por cable, controlado ahora por América Móvil del magnate mexicano Carlos Slim.

Las principales estaciones de televisión en Nicaragua están a merced de las tenazas de Telcor. Como explica Guillermo Rothschild Villanueva, la prórroga automática de

⁴ Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo. *Los monopolios de la verdad: descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana*, IPYS y Trust of The Americas, Prometeo Libros, 2009, 247 páginas.

las licencias de televisión abierta de los *Canales 2 y 8* no fue concedida a las familias Sacasa-Pasos y Briceño-Montealegre, para enviarles un mensaje explícito así como al resto de propietarios de estaciones de radio y televisión. Ante esa realidad, *Canal 2* ha bajado completamente el perfil de sus espacios noticiosos mientras que *Canal 10*, explica Rothschild, “nunca entrarán en contradicciones con el gobierno debido a las distintas concesiones obtenidas y en *Canal 12* su filosofía radica en no molestar, ni incomodar al presidente Ortega”. Aunque este último caso, ha cambiado, como veremos más adelante. En el caso de *100% Noticias*, *Canal 41* y *Extraplus*, guardan una buena relación con el gobierno de Ortega.

Hay 213 estaciones de radio en el país, muchas de ellas locales y/o comunitarias esparcidas en todo el territorio nacional. Desde el punto de vista noticioso, las emisoras más importantes son *Radio Corporación* de Fabio Gadea Mantilla, *La Nueva Radio Ya* de la familia Ortega Murillo, *Radio La Primerísima* de una cooperativa de trabajadores, *Radio Maranatha* del pastor Omar Duarte y *Radio Sandino* de la familia Ortega Murillo. La gran mayoría de estaciones se encuentran en FM y su programación es musical. La radio facturó 9.71 millones en publicidad en 2004.

Una encuesta realizada por el National Democratic Institute (NDI) y el Instituto para el Desarrollo y la Democracia (IPADE), dada a conocer a fines de julio de 2009, mostró que la confianza pública en los medios de comunicación nacionales bajó de un 89.3 por ciento en 2007, a un 79.3 por ciento⁵ en 2009. Sin embargo, como es posible observar, la credibilidad en los medios de comunicación aún es alta.

IV. Cae la publicidad

En 2009 se constató una caída en picada de la publicidad comercial y gubernamental a los medios de prensa debido a los recortes presupuestarios y los impactos de la crisis económica internacional. El presidente del Colegio de Periodistas de Nicaragua (CPN), Leonel Laguna, reconoció públicamente que decenas de radioperiodistas expresaron su malestar por el recorte publicitario en la Alcaldía de Managua, dominada por el FSLN. Los acuerdos suscritos entre el CPN y el presidente Ortega para brindar publicidad a medios pequeños tampoco se cumplieron.

La crisis de la publicidad obligó a las estaciones de televisión y a los periódicos a realizar concesiones a las empresas telefónicas *América Móvil* de Carlos Slim y

⁵ La encuesta fue aplicada a nivel nacional entre el 17 y el 26 de marzo de 2009 a una muestra de 1,200 nicaragüenses, tiene un margen de error de +/- 3 por ciento. Ver: Nevitte, Neil. *The 2009 Nicaragua Democracy Survey Summary of Key findings*, Junio de 2009, National Democratic Institute (NDI) e Instituto para el Desarrollo y la Democracia (IPADE), pág. 7 y 8.

Telefónica, incluso en sus espacios noticiosos. Rothschuh Villanueva, director del Observador de Medios de Comunicación de Cinco, hace notar que “uno de los mayores estragos ocurridos durante 2009 fue la incidencia negativa que tuvieron los anuncios de las telefónicas en los noticieros televisivos. La columna vertebral de los informativos fueron sus patrocinios, anuncios y rifas (...) En los periódicos ocurrió algo parecido. En el primer cuerpo en vez de colocar las noticias en la parte superior de sus páginas, aparecían las telefónicas anunciándose”⁶.

Sin embargo, durante la administración Ortega se ha utilizado la publicidad estatal para beneficio de sus medios partidarios, en una tendencia similar a la de sus antecesores. Una investigación de la revista *Confidencial* mostró cómo desde 2007 a 2008 el gobierno de Ortega gastó el 80 por ciento de 3.5 millones de dólares en publicidad estatal en pagos a *Multinoticias de Canal 4*, estación de la familia Ortega, que transmite actos oficiales y partidarios vía satélite y compra transmisiones deportivas internacionales en donde el único patrocinador es el partido de gobierno y los proyectos del Alba⁷.

El uso de la publicidad estatal para castigar a los medios adversos es una recurrencia histórica en Nicaragua. Por ejemplo, durante la revolución sandinista se negó publicidad a *La Prensa*. En los noventa, el castigo fue para *Barricada*, periódico sandinista. En la actualidad, la publicidad se otorga a los medios afines al gobierno, a cuenta gotas. De la misma manera, no ha habido gobierno que no ocupe la descalificación como arma predilecta contra sus adversarios y el presidente Ortega reincide en esta práctica, explica Rothschuh Villanueva. Una encuesta de M&R Consultores, indicó que el 58,9% de los nicaragüenses cree que el gobierno ataca a los medios para controlarlos⁸.

V. Sin tregua

Históricamente en Nicaragua la relación entre los medios de comunicación y el Estado ha sido turbulenta, cargada de incomprensiones y de ataques, advierte Guillermo Rothschuh Villanueva. Así fue la relación durante el régimen de los Somoza (1936-1979) y durante la revolución sandinista (1979-1990). Durante el gobierno de doña Violeta Barrios de Chamorro (1990-1997) hubo mayor tolerancia a la labor de los medios de comunicación, probablemente debido a que la presidenta Chamorro

⁶ Rothschuh Villanueva, Guillermo. “Los medios en un año complejo”, *El Nuevo Diario*, 11 de enero de 2010.

⁷ Lauría, Carlos y Simon, Joel. *La Guerra de Daniel Ortega contra los medios*, Committe to Protect Journalists (CPJ), Managua, 24 de junio de 2009.

⁸ Informe país de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) sobre el estado de la libertad de expresión 2009 en Nicaragua.

tuvo en cuenta el pensamiento de su esposo, el doctor Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, director de *La Prensa* hasta su asesinato en 1978, quien promulgaba que la libertad de prensa es la base de todas las libertades públicas.

Durante el periodo de Arnoldo Alemán (1997-2001) los medios de comunicación ejercieron una importante fiscalización de los poderes públicos la cual disminuyó durante la administración de Enrique Bolaños (2002-2006).

En la actualidad, Rothschuh describe la relación del gobierno del presidente Ortega con los medios de comunicación como muy tensa y llena de reproches mutuos:

“El presidente Ortega hace señalamientos concretos a los medios de comunicación y éstos hacen cuestionamientos al presidente Ortega. Pienso que no existe de parte del gobierno un verdadero entendimiento sobre el funcionamiento de los medios de comunicación. Aspira como todo gobierno a cooptar o seducir a los medios para alinearlos políticamente, y cuando esto no ocurre, trata de calificarlos”⁹.

El gobierno califica a los medios de comunicación que le adversan, especialmente los dos principales diarios nacionales (*La Prensa* y *El Nuevo Diario*), de ser actores de una ‘dictadura mediática’. El periodista William Grigsby Vado, director de *Radio La Primerísima* y uno de los principales impulsores del Foro de Periodistas Sandinistas, explica así su visión de los medios privados de Nicaragua:

“Uno de los comentarios que con mayor frecuencia se escucha en el exterior, es que no saben qué ocurre en Nicaragua, ni a quién creerle. Se declaran súbditos de la confusión entre otras razones, porque cuando leen las versiones digitales de los diarios de la oposición, creen que el país está rumbo al caos, que sufre una dictadura, que hay represión y persecución políticas, que el gobierno es corrupto e incapaz, que la gente empobrecida ha sido abandonada a su suerte, que los nicaragüenses están peor que nunca. En suma, (los medios) han creado su propio país, una realidad virtual acomodada exactamente a sus intereses y cuyo único objetivo es acosar y derribar un gobierno democráticamente electo”¹⁰.

¿Hay excesos de parte de los medios de comunicación en Nicaragua? A juicio de Rothschuh Villanueva hay enormes vacíos en la cobertura de los medios de comunicación alrededor de logros sociales del gobierno del presidente Ortega, como inversiones en salud y educación. O, por ejemplo, si en una escuela le cae el techo encima a los niños, los medios omiten informar que el mal estado en la infraestructura escolar es responsabilidad de administraciones anteriores, descontextualizando los

⁹ Entrevista con el doctor Guillermo Rothschuh Villanueva, 29 de noviembre de 2009.

¹⁰ Grigsby Vado, William. *Medios alternativos para una gran causa*. Managua, Revista Correo No. 5, 16 de septiembre de 2009.

cuestionamientos al actual gobierno. Otra de las críticas que desde la academia se le realiza a los medios de comunicación es que hay un notorio desbalance en la fiscalización al poder público, respecto a la que se realiza al sector privado. Las energías se concentran en la fiscalización de los poderes públicos, mientras los poderes privados –principales anunciantes de los medios de comunicación– permanecen fuera de los reflectores, advierte Roths Schuh. Incluso, se conoce de casos en los que los medios acceden a embargar una información a solicitud expresa de poderes privados.

Los medios, en cambio, se quejan de falta de acceso a la información pública. Durante las emergencias del virus H1N1 y la ocasionada por el huracán Ida en noviembre de 2009, el gobierno privilegió el acceso a la información a los medios vinculados al FSLN. Los medios independientes no fueron invitados a conferencias de prensa, práctica que aparentemente comienza a cambiar, después que el ministro de salud se mostrase más abierto al acceso a la información, como señaló en un informe de diciembre de 2009, el Observatorio de Medios de Cinco.

En un reporte del 2009 sobre el estado de la libertad de expresión en Nicaragua, presentado ante la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), se describe así la relación de los medios con el Estado:

“En este período, el gobierno siguió tratando de silenciar a los medios de comunicación independientes mediante la represión, la negación de información y el hostigamiento constante. (...) Entretanto, el gobierno sigue con su método de ahogar económicamente a los medios más débiles, acosándolos y denigrándolos, a fin de deteriorar su credibilidad. (...) En otra demostración de intolerancia a la prensa independiente, el gobierno motivó la creación de un ‘Foro de periodistas sandinistas’, en el que participaron muchos informadores simpatizantes del oficialismo. Dicho foro se ha reunido varias veces para discutir cómo enfrentar lo que ellos llaman ‘La dictadura mediática’. En estos foros el ideólogo y ex diplomático sandinista Aldo Díaz Lacayo, invitó a ‘exprimir las neuronas para encontrar el equivalente de la propiedad de las frecuencias radioeléctricas en los medios escritos’, según afirmó, para garantizar el control de los medios escritos y la libertad de expresión”¹¹.

VI. Clima de impunidad

El Observatorio de Medios de Comunicación de Cinco ha registrado 26 agresiones directas a periodistas durante el ejercicio de su labor en 2008 y 2009. El Estado no ha investigado debidamente estas agresiones:

¹¹ Informe país presentado por el Ingeniero Jaime Chamorro Cardenal, director de *La Prensa*, sobre estado de la libertad de expresión en 2009 en Nicaragua.

“Le compete al Estado por ley garantizar la vida de los periodistas y evitar que sean objeto de agresiones. Pero las organizaciones gremiales hasta ahora no han hecho absolutamente nada. Frente a unas condenas tímidas por parte de las organizaciones gremiales, ha habido una absoluta falta de solidaridad gremial. Pero todavía es más criticable que partida en dos como está la nación debido a la profunda polarización que vive la sociedad nicaragüense, las voces que se alzan para defender a los periodistas únicamente lo hacen cuando éstos trabajan en sus propios medios. Pareciera que tenemos todavía una moral de clan y no una moral social”¹².

En los últimos años, las agresiones al periodismo nicaragüense han estado al borde de quedar en la impunidad. Por ejemplo, el responsable de la muerte de la periodista María José Bravo de *La Prensa*, asesinada durante la cobertura de las elecciones municipales de 2004, podría ser liberado si la Corte Suprema de Justicia le reduce la sentencia de asesinato a homicidio, basándose en una supuesta falta de pruebas en el expediente del caso. Los magistrados sandinistas y liberales tercian sobre el caso. Mientras tanto, el responsable de la muerte del periodista Carlos Guadamuz en 2006, obtuvo el beneficio de arresto domiciliario, lo que le permite asistir a fiestas y encuentros sociales, gracias a una concesión legal del Sistema Penitenciario Nacional (SPN). El diario *La Prensa* ha denunciado la existencia de preferencias políticas a favor de los acusados en ambos casos, por parte del PLC y el FSLN respectivamente.

En el informe de la SIP se destacó que el 19 de junio de 2009 fue cancelada la frecuencia de la *Radio la Ley* al periodista del *Movimiento Vamos con Eduardo*, Santiago Aburto, opositor al gobierno de Ortega. “Más de 30 civiles armados decomisaron los equipos, acción que contradice el Art. 68 de la Constitución que prohíbe decomisar equipos de medios y a la Ley 670, que prorrogó todas las licencias hasta que no se apruebe una nueva legislación sobre telecomunicaciones”, dijo en su informe la SIP. Otras radio emisoras como *Radio Corporación* y *Radio El Pensamiento* también han sufrido sabotajes por desconocidos y hostigamiento oficial.

De igual manera, el periodista Carlos F. Chamorro ha sido perseguido políticamente después de que su programa *Esta Semana* documentara en 2007 un caso de extorsión por parte de las altas esferas del FSLN; lo que ha implicado desde entonces, una campaña oficial de difamación en su contra, la intervención de Cinco por parte del Ministerio de Gobernación y la imputación de falsos ilícitos descartados por la Fiscalía de la República. Chamorro, presidente de Cinco, goza de una enorme credibilidad a nivel nacional. Durante una ponencia académica, Chamorro describió su visión sobre la relación entre los medios de comunicación y el poder público:

¹² Entrevista a Guillermo Rothschild Villanueva, 29 de diciembre de 2009.

“La prensa debe fiscalizar al poder público y servir como un contrapeso al poder, pero necesita que funcionen adecuadamente la democracia, los congresos, la justicia y los partidos políticos. Porque sin estado de derecho y sin democracia, la existencia de la prensa libre está amenazada por la arbitrariedad de un poder sin límites (...) Pero cuando el poder identifica a los periodistas no como adversarios en una democracia, sino como enemigos, entonces entramos en un estado de guerra. Una ‘guerra mediática’ en la que el objetivo no es persuadir sino combatir sin cuartel al ‘enemigo’, hasta eliminarlo en el campo de batalla. Estos son los nuevos tiempos y los nuevos riesgos que estamos viviendo en América Latina”¹³.

VII. Los medios como actores democráticos

A juicio del director del Observatorio de Medios de Cinco, Guillermo Rothschuh Villanueva, los medios constituyen el primer muro de contención para el ejercicio de todas las libertades públicas en Nicaragua. Sin embargo, piensa que en ocasiones los medios caen en la trampa de intolerancia al ponerse a tono con las críticas formuladas por el presidente Ortega:

“Los medios tienen que moderar y modular su lenguaje e incluso hacer cambios en sus políticas porque al fin y al cabo, el desarrollo de la democracia en Nicaragua depende del desarrollo y apertura de los medios de comunicación. Los medios de comunicación son hoy actores políticos privilegiados, gozan de alta credibilidad y a partir de eso pueden hacer su propia lectura y enterarse que los señalamientos realizados por el presidente no les han hecho mella, lo que les permitiría redefinir sus políticas y hacer un periodismo diferente”¹⁴.

Sin embargo, Rothschuh advierte que los medios de comunicación en general se consideran infalibles y les cuesta mucho rectificar sus errores. El peso de la agenda política es enorme. Las coyunturas se traslapan sin solución de continuidad. Los medios frecuentemente toman partido. En los últimos veinte años, Rothschuh ha insistido en distintas obras sobre la importancia de que los medios de comunicación fomenten una cultura de tolerancia y pluralismo.

Según Carlos Fernando Chamorro, los medios de comunicación deben abrirse a una rendición de cuentas a la ciudadanía puesto que carecen de una verdadera cultura autocrítica para reconocer sus propios errores y abusos. Sin embargo, ante las

¹³ Chamorro, Carlos Fernando. *La función crítica de los periodistas ante el poder en América Latina*. Ponencia presentada ante el Festival de Ideas Viva América, Casa América, Madrid, 8 de octubre de 2009.

¹⁴ Entrevista con el doctor Guillermo Rothschuh Villanueva, 29 de noviembre de 2009.

intimidaciones oficiales, Chamorro hace un llamado a no caer en la autocensura, a fortalecer la independencia económica de los medios de comunicación, a ejercer la fiscalización tanto de los poderes públicos como privados y más importante aún, a que los medios deben consolidarse como actores democráticos:

“Empezando por su fuero interno, estableciendo normas de respeto a la autonomía profesional de los periodistas, pero además practicando un periodismo cívico, que promueva el pluralismo y el debate público, sin convertirse en una plataforma partidaria”¹⁵.

Sin embargo, el presidente Ortega tiene una visión completamente distinta sobre el rol del periodismo en Nicaragua. En una de sus últimas comparencias de 2009, acusó a los periodistas de incitar a su magnicidio. En diciembre de 2007 había formulado la misma acusación para los grupos de oposición, quienes según sus palabras, fraguaban la muerte de la primera dama Rosario Murillo, de la misma manera que en Pakistán, se había atentado contra la vida de Benazir Bhutto, ex primer ministra de aquella nación, víctima de un atentado terrorista. Precisamente, el último señalamiento del mandatario en contra de los medios de comunicación se dio a inicios de diciembre de 2009, cuando acusó al diario *La Prensa* de oponerse a una reforma fiscal y de desatar una “campaña terrorista” en contra de la reforma, al mismo tiempo que se negaba a pagar impuestos. *La Prensa* tomó los cargos como una muestra más del ánimo ‘dictatorial’ del presidente Ortega. Ni las fiestas de diciembre dan oportunidad al sosiego. En la relación entre medios y el Estado en Nicaragua, en la actualidad, no hay por lo visto probabilidades de ninguna tregua.

VIII. Posdata: la compra de *Canal 8*

Las repercusiones de la compra de *Canal 8* todavía se dejan sentir en el ambiente periodístico de Nicaragua. El gobierno aprovechó las deudas de la estación de Carlos Briceño con el seguro social y con la recaudación de impuestos para cercarlo y hacerle una oferta que no podía rechazar. Se conoce que uno de los negociadores claves por parte del gobierno fue el director del ente regulador de las telecomunicaciones (Telcor), Orlando Castillo. Telcor tiene la potestad de prorrogar o cancelar las licencias de operación de las estaciones de radio y televisión. Varias estaciones han preferido no incomodar a la administración para no verse en aprietos. En el caso de la compra-

¹⁵ Chamorro, Carlos Fernando. *La función crítica de los periodistas ante el poder en América Latina*. Ponencia presentada ante el Festival de Ideas Viva América, Casa América, Madrid, 8 de octubre de 2009.

venta de *Canal 8*, se desconoce cuál es la sociedad anónima que oficialmente adquirió el canal, dato clave puesto que la Ley de telecomunicaciones prohíbe el traspaso comercial de una licencia de operación a otro adquirente, puesto que según el artículo 67 de la Ley 200, las licencias son intransferibles. ¿Cómo legitimó esta operación Telcor? Cero comentario público. Y aunque se desconocen los detalles de la sociedad anónima adquirente, parafraseando a Pedro Joaquín Chamorro Cardenal, todos saben en Nicaragua quién es ahora el accionista mayor de *Canal 8*.

Además de hacerse de una estación que había logrado ganar liderazgo noticioso gracias en gran parte a la presencia de Carlos F. Chamorro con sus dos programas de análisis e investigación periodística.

Rothschuh Villanueva explica que la compra de *Canal 8* fue una maniobra inteligente por parte del gobierno de Ortega, ya que “su adquisición significaba sacar del aire a los programas *Esta Noche* y *Esta Semana* dirigidos por Carlos Fernando Chamorro. Estoy convencido de que jamás pensaron que Chamorro Barrios se quedaría en ese canal una vez sabido quiénes eran sus nuevos dueños. Mantenerse en el canal hubiese resultado mortal para el periodista. Después de haber sostenido a lo largo de casi tres años, una crítica constante a la gestión del Presidente Ortega, su credibilidad hubiese quedado hecha pedazos”.

Carlos Fernando Chamorro explicó que su decisión fue basada en principios y que la permanencia de sus programas en dicha estación pretendía convertirlo en cómplice de la política de agresión del gobierno de Ortega en contra de medios y periodistas. Los programas de Carlos F. Chamorro fueron sustituidos por el programa *Sin Fronteras* del periodista William Grigsby Vado, quien hace una defensa ideológica del gobierno de Ortega.

Los resultados son notables. Ahora cuando los medios oficiales emprenden campañas en contra de las fuerzas de oposición, por ejemplo, la presencia es aplastante. Sus voceros acaparan las principales estaciones en los programas de entrevistas televisivas. Las radios sandinistas retransmiten a su vez dichas alocuciones. En el dial no quedan opciones fuera de la órbita oficial. Es como si ya no hubiese necesidad de encadenar a los medios oficialmente, pues de hecho ya se encuentran encadenados.

Se avizoran nuevos movimientos. El empresario Ángel González está por adquirir *Canal 11* (VHF) y *17* (UHF), que se sumaría a *Canal 10*, otra estación de su propiedad. Se ha asegurado que a cambio de obtener esta nueva frecuencia, González habría cedido sus acciones en *Canal 4*, el canal oficial del FSLN. Es visto como el futuro zar de la televisión nacional.

El programa de William Grigsby *Sin Fronteras*, salió del aire apenas una semana después, debido –según fuentes extraoficiales– a diferencias entre el Consejo de Comunicación y Ciudadanía y el director del programa, quien alegó que se trataba de una suplencia temporal de los programas de Carlos Fernando Chamorro. Este

programa fue sustituido por *Matrioski*, una teleserie sobre trata de blancas con imágenes explícitas de contenido sexual y de violencia. La programación de *Canal 8* no ha tenido mayor variante que una mayor dosis de los enlatados noticiosos de *Telesur*. Finalmente, a partir del domingo 28 y lunes 1 de marzo, Carlos Fernando Chamorro reanudó sus emisiones a través de *Canal 12*, comprometiéndose con la audiencia a conservar su independencia y espíritu crítico. De este modo, por ahora, el presidente Ortega no tiene más opción que continuar conviviendo con el enemigo.

La relación Medios y Estado en Nicaragua

Un nuevo panorama de medios de comunicación se configura en Nicaragua cuya principal característica es la creciente presencia de la familia Ortega Murillo y el FSLN en los negocios y el control de la comunicación pública y privada.

La gobernabilidad del presidente Ortega se basa en la confrontación permanente, sobre todo con los medios de comunicación que quieren hacer periodismo independiente.

La hegemonía política del gobierno se logra a través de campañas de difamación, la persecución y la agresión a periodistas.

La democracia está en riesgo en Nicaragua. Se ha perdido el diálogo entre la opinión pública y el gobierno. Las instituciones democráticas no responden a las demandas ciudadanas.

Referencias

Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo. *Los monopolios de la verdad: descifrando la estructura y concentración de los medios en Centroamérica y República Dominicana*, IPYS y Trust of The Americas, Prometeo Libros, 2009, 247 páginas.

Chamorro, Carlos Fernando. *La función crítica de los periodistas ante el poder en América Latina*. Ponencia presentada ante el Festival de Ideas Viva América, Casa América, Madrid, 8 de octubre de 2009.

Discurso del Presidente Daniel Ortega el sábado 14 de noviembre de 2009 durante un acto oficial en Managua, de entrega de 200 motocicletas a la Policía Nacional de Nicaragua.

Entrevista a Guillermo Rothsschuh Villanueva, 29 de noviembre de 2009.

Galeano, Luis. "Cayó Paniagua", *El Nuevo Diario*, 22 de enero de 2010.

Grigsby Vado, William. *Medios alternativos para una gran causa*. Managua, Revista Correo No. 5, 16 de septiembre de 2009.

Informe país de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) sobre estado de la libertad de expresión 2009 en Nicaragua.

Lauría, Carlos y Simon, Joel. *La Guerra de Daniel Ortega contra los medios*, Committe to Protect Journalists (CPJ), Managua, 24 de junio de 2009.

Nevitte, Neil. *The 2009 Nicaragua Democracy Survey Summary of Key findings*, Junio de 2009, National Democratic Institute (NDI) e Instituto para el Desarrollo y la Democracia (IPADE), pág. 7 y 8.

Rothschuh Villanueva, Guillermo. "Los medios en un año complejo", *El Nuevo Diario*, 11 de enero de 2010.