



COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

El rol de los medios en la construcción
del discurso político ciudadano

Diego Segovia

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

**El rol de los medios en la construcción del
discurso político ciudadano**

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

El rol de los medios en la construcción del discurso político ciudadano

Diego Segovia

BASE Investigaciones Sociales
Ayolas 807 esq. Humaitá
Tel. (595–21) 451 217 Fax. (595–21) 498 306
baseis@baseis.org.py
www.baseis.org.py
Asunción, Paraguay

Esta publicación ha sido posible gracias al apoyo solidario de
la Fundación Rosa Luxemburgo

Primera Edición
COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA.
El rol de los medios en la construcción del
discurso político ciudadano
(Asunción, BASE IS, diciembre 2010)

Diseño Editorial y tapa: Violeta Doldán
Edición: Margarita Segovia
Impresión: QR Producciones



Copyleft.



Esta edición se realiza bajo la licencia de uso creativo compartido o Creative Commons. Está permitida la copia, distribución, exhibición y utilización de la obra bajo las siguientes condiciones.



Atribución: se debe mencionar la fuente (título de la obra, autor, editorial, año).



No comercial: se permite la utilización de esta obra con fines no comerciales.



Mantener estas condiciones para obras derivadas: sólo está autorizado el uso parcial o alterado de esta obra para la creación de obras derivadas siempre que estas condiciones de licencia se mantengan para la obra resultante.

Las opiniones vertidas en esta publicación no necesariamente reflejan la posición
de los editores, y son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Diego Segovia

*A mis padres,
a quienes debo la incapacidad
de tolerar las mentiras sobre las que
se construyen las injusticias de este país.*

Agradecimientos

Este libro no hubiera sido posible sin la colaboración de Alejandra Estigarribia y Dalila Areco. Sus aportes, tanto en lo teórico como en lo logístico, fueron invaluableles durante todo el transcurso de la investigación. Agradezco también a todo el equipo de BASE Investigaciones Sociales por la posibilidad que me ha dado de investigar un tema tan neurálgico en la sociedad actual, y por el acompañamiento permanente durante todo el proceso. Cabe mencionar también la apertura de las instituciones educativas y los docentes que participaron en los grupos focales con muy buena predisposición.

CONTENIDO

Prólogo	11
CAPÍTULO I Marco teórico metodológico: comunicación, poder y discurso político	15
CAPÍTULO 2 Medios de comunicación en Paraguay: propiedad, características y políticas públicas	33
CAPÍTULO 3 Medios de comunicación y discurso político ciudadano	81
Consideraciones Finales	121
Anexos	125
Bibliografía	137

Prólogo

Desnudar el origen espúreo de muchas de las fortunas amasadas durante la etapa stronista, es tan solo uno de los aportes centrales que encontrará el lector en este apasionante libro escrito por Diego Segovia, que mediante la historización del proceso de enriquecimiento de los grupos de poder que inciden hoy -no solo en la escena nacional, sino también en la construcción y reproducción de un “sentido común” sobre la población paraguaya- logra demostrar con simpleza pero con solidez de documentación y un trabajo de investigación de años, la funcionalidad a intereses estrictamente corporativos, antidemocráticos y alejados de la verdad de los hechos, producto de los grandes grupos de poder con quienes convivimos en el día a día.

Con el objetivo de introducirse en las entrañas de esos grupos, este trabajo proporciona una serie de instrumentos cruciales para comprender lo sucedido desde los años cincuenta hasta nuestros días. Un panorama claro e ilustrador aparecerá a los ojos del lector, pues mediante un lenguaje sencillo y profundo el autor nos conducirá a la formación de los grandes conglomerados empresariales paraguayos, sus referentes y sus *modus operandi*. En otro de los aportes centrales, se cristalizará la manera en que las dinámicas de acumulación capitalista afectaron la estructura de propiedad de los medios masivos de comunicación, generando una distribución desigual del poder simbólico, el cual terminará concentrado en siete grupos: el grupo Zuccolillo, el grupo Vierci, el grupo Domínguez Dibb, el grupo Wasmosy, el grupo Chena, el grupo Ángel González, y el grupo Rubín. Grupos que intentan controlar la mayor parte de la información y el entretenimiento disponible, manipulando los medios como herramientas para proteger inversiones en otros campos de la economía y utilizándolos como instrumentos de presión política para el buen

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

andamiento de sus demás empresas, en vez de como un servicio público para la ciudadanía.

A partir de la recolección de datos específicos, la investigación de este joven sociólogo brinda un valiente impulso para instaurar un debate que, aunque aún se presenta incipiente en Paraguay, se está multiplicando a lo largo del continente derivando en una serie de modificaciones legales (algunas ya promulgadas y otras no) en Ecuador, Bolivia y Argentina. Propuestas que pujan por una redistribución más igualitaria y participativa del espectro radioeléctrico y audiovisual.

Por supuesto, cada nación tiene sus especificidades y contradicciones, pero es innegable que un proyecto político-social que enarbole las banderas de la igualación de derechos y la defensa de la soberanía, precisa contar con intelectuales que asuman el compromiso de problematizar las injusticias de sus tiempos.

En consecuencia, Diego Segovia impulsa en Paraguay una discusión necesaria, la cual cuestiona la tendencia mundial de empoderamiento de las *corporaciones -a través de sus emprendimientos comunicacionales-* para construir *cercos mediáticos* que coartan el margen de maniobra de los representantes políticos legítimos de los sectores populares, al tiempo que ignoran y/o demonizan a las organizaciones sociales que luchan por la efectivización de sus derechos -puesto que los mismos suelen ir en sentido contrario de los intereses de las clases dominantes-.

Cabe mencionar que lo afirmado en el párrafo anterior no deja de ser un panorama tendencial que opera con la fuerza de una corriente histórica y por lo tanto, como cualquier otra, se puede morigerar o cambiar mediante la acción política, acción que se adecuará a cada circunstancia en concreto y que plantea un desafío ineludible para una gestión de gobierno que se proponga profundizar un verdadero proceso de democratización nacional. A su vez, la investigación desarrollada cuenta con la originalidad de abrir una serie de interrogantes poco trabajados en la academia, por ejemplo el análisis de los contenidos de algunas grillas televisivas, mostrando cómo apuntan a generar temor, pero también auto-aislamiento social, con un efecto de

desmentalización (Salazar, 2010) y un proceso de *des-ciudadanización* sobre un televidente, que va abandonando su relacionamiento social en el espacio público -al tiempo que modifica sus hábitos y hasta su conducta cotidiana- debido a los discursos transmitidos y retransmitidos desde los conglomerados mediático-empresariales.

Diego Segovia también abre la puerta para análisis futuros sobre los caminos que transita un capitalismo que precisa ir valorizando nuevos espacios (como el del ocio) a través del rol de las industrias del entretenimiento, pero desde una búsqueda epistemológica que integra e interrelaciona los aspectos materiales con los culturales de la dominación.

En este sentido es que su labor da cuenta, no solo de los vínculos reales estratégicos que los conglomerados mediático-empresariales mantienen con otros actores de la esfera económica y política (por ejemplo el grupo Zuccolillo y el Diario *ABC Color* con la Asociación Rural del Paraguay, La Unión de Gremios de Producción, Cargill, etc), sino también con las dificultades planteadas por los precarizados trabajadores de prensa -nucleados en el Sindicato de Periodistas del Paraguay- para la construcción de un discurso crítico a la línea editorial del oligopolio.

Bertolt Brecht aseguraba que la defensa de *otra cultura, debía realizarse con armas espirituales, pero sobre todo materiales* (Bertolt Brecht, 1937). Estas palabras cobran especial significado pues trazan el objetivo de la batalla cultural, sin descuidar la importancia de los medios materiales con que debiesen contar los gobiernos progresistas y las organizaciones sindicales para que coliguen fuerzas en pos de conseguir un cambio radical.

En las páginas que acompañan este libro, se presta especial atención a moderar cierta idealización sobre algunos mitos sobrevalorados respecto a las capacidades democratizadoras de internet en Paraguay, ya que si bien son innegables los beneficios que pueden aportar las nuevas tecnologías con respecto a la multiplicación de voces, su potencialidad de difusión choca con la capacidad de penetración que poseen las mismas y con otras variables que serán explicadas en el capítulo II.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Además se destacan las dinámicas específicas de las radios comunitarias, brindando una información fundamental en el sentido de mostrar que no necesariamente la diversidad de voces implica automáticamente una mayor pluralidad dentro del espacio radioeléctrico.

Se visualizan también los retrocesos en materia legislativa emanados del Congreso durante el 2010 y los condicionamientos y desafíos que afronta el poder ejecutivo en los próximos tiempos. Justamente aquí radica lo crucial de la labor desarrollada por el autor, brindar elementos teóricos coligados con una serie organizada de datos específicos que servirán al lector avezado no sólo para conocer la realidad en materia de concentración de medios y las ramificaciones e intereses corporativos de éstos, sino también para reflexionar, enriqueciendo el arsenal de estrategias con las que se pueda defender críticamente de los discursos emanados desde los centros de poder, para construir un cambio radical en el plano comunicacional-cultural-material con un horizonte verdaderamente democrático libertario, para continuar contribuyendo a ese otro mundo posible.

Sonia Winer
Buenos Aires, diciembre de 2010

CAPÍTULO I
Marco teórico metodológico:
comunicación, poder y discurso político.

Marco teórico metodológico: comunicación, poder y discurso político.

La comunicación en el contexto capitalista: el mercado de las ideas

Las últimas dinámicas de la acumulación capitalista, y fundamentalmente la neoliberal en sus formas más recientes, han llevado a una conexión cada vez más intensa y cercana, cuando no directamente, a una coincidencia entre los grupos empresariales que controlan los medios masivos de comunicación y aquellos que controlan el núcleo duro del capitalismo financiero. Esto es resultado no sólo de la tendencia económica general hacia una cada vez mayor concentración *intersectorial* del capital (Ramonet: 2007), y de la necesidad cada vez mayor de gestión de la información por parte de las empresas des-localizadas, sino que responde a la necesidad intrínseca del sistema de extender e intensificar indefinidamente los mercados. Esta tarea no es compleja mientras hay necesidades humanas concretas (materiales y abstractas) por satisfacer, o mientras existan territorios por conquistar. Pero cuando el capitalismo llegó a los lugares más recónditos del planeta y cuando las necesidades fueron satisfechas (al menos para una clase hegemónica), se necesita una potente maquinaria ideológica que renueve y produzca mercados, y que al mismo tiempo legitime las desigualdades creadas. A esto se han dedicado en las últimas décadas incontables estudios psicológicos, cuyos resultados fueron utilizados continuamente en estrategias de marketing que, por un lado aseguraron la creación de nuevos mercados y, por otro, elevaron los márgenes de ganancia de las empresas. Según expresa Naomi Klein (2002: 11)

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

“el astronómico crecimiento de la riqueza y de la influencia cultural de las empresas multinacionales que se ha producido durante los últimos años tiene su origen en una idea única, y al parecer inofensiva, que los teóricos de la gestión empresarial elucubraron a mediados de la década de 1980: que las empresas de éxito deben producir ante todo marcas y no productos”.

Dado su alcance masivo, su permanencia, y su dinámica comercial directamente vinculada al mundo de las empresas, los medios de comunicación se convierten en la herramienta principal para el desarrollo de estas operaciones. Otros aparatos ideológicos como la escuela, están anclados en la pesada estructura burocrática y no poseen el dinamismo necesario para adaptarse a los cambios tecnológicos y a sus consecuentes aumentos (aparentes y cíclicos) de las posibilidades de acumulación. Si la escuela *reproduce* en la sociedad la fuerza de trabajo (con todas las resistencias y oposiciones que se puedan generar en su interior y en su entorno), los medios se encargan de *producir* constantemente nuevos mercados en una sociedad en que la amenaza de la sobreproducción es constante (y la actual crisis financiera es muestra de ello). Como lo expresa Martín-Barbero (2003: xxi) “...lo que la tecnología [de comunicación] media hoy más intensa y aceleradamente es la transformación de la sociedad en mercado, y de éste en principal agenciador de la mundialización”.

Un axioma de las ciencias económicas es que a medida que disminuye la cantidad de actores que controlan un determinado sector, aumenta el poder de los mismos. En este sentido, las dinámicas de concentración en el campo de los medios de comunicación han sido constantes en los últimos años a nivel mundial. Una publicación de PriceWaterhouseCoopers, dice mucho acerca de esto. Yahoo¹ la referenciaba así:

“Mientras en 2008 las operaciones en este sector [las fusiones de medios y empresas de entretenimiento] alcanzaron los 17.100 millones de euros, en 2009 sólo se registraron 6.300 millones, unos datos que, según esta consultora, se deben a “la mala racha de la economía, que golpeó con fuerza el mercado de fusiones y adquisiciones”. El número de transacciones bajó un 33 por ciento en un año —de 135 a 90— y su tamaño un 45 por ciento. Además, el año pasado, sólo 21 de las 90 operaciones superaron los 100 millones de euros, en comparación con las 104 de 2009”.

De aquí se derivan dos cosas. Una, que el mercado de las fusiones de medios mueve miles de millones de dólares al año. Y dos, que cuando la economía capitalista goza de buena salud (en medio de sus crisis cíclicas), las adquisiciones y fusiones de medios crecen en cantidad y calidad (o montos). Luego, la tendencia a la monopolización del control de los medios es un resultado natural del buen funcionamiento de la economía capitalista, y por tanto lo es también el crecimiento del poder que los mismos detentan en la sociedad. Confirmando esta tesis, Ben Bagdikian (1983 y 2004) en *The media monopoly* identificaba en 1983 unas cincuenta empresas que controlaban el mercado de la comunicación, y con la misma metodología concluye que en 2004 éstas se habían reducido a cinco, luego de la desaparición de algunas y de la fusión de otras. Ellas son: Time Warner, Disney, NBC Universal, Fox Studios y Viacom.

Así como en el campo de lo material o económico la esencia del capitalismo es la acumulación, que traducida a términos geográficos-geológicos significa expansión, en términos ideológicos la esencia del capitalismo es la expansión de la mercancía a todos los espacios de la vida. Esto es lo que argumenta Sarlo (1994: 19) cuando describe, por ejemplo, la función de los centros comerciales:

“Evacuada la historia como ‘detalle’, el shopping sufre una amnesia necesaria a la buena marcha de sus negocios, porque si las huellas de la historia fueran demasiado evidentes y superaran la función decorativa, el shopping viviría un conflicto de funciones y sentidos; para el shopping la única máquina semiótica es la de su propio proyecto. En cambio, la historia despilfarra sentidos que al shopping no le interesa conservar, porque, en su espacio, además, los sentidos valen menos que los significantes”

La misma dinámica de evacuación de sentidos más allá de la mercancía se da en los medios masivos de comunicación, en su publicidad y en sus contenidos predominantes. Y aún cuando los medios se ocupan de la política, la vacían cada vez más de sus fundamentos éticos, ya que la ciñen a sus ritmos y a sus principios mercantiles:

“...la política tiene que adaptarse a un lenguaje mediático que tiene tres reglas: simplificación del mensaje, personalización de

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

la política, y predominio de los mensajes negativos de desprestigio del adversario sobre los positivos que tienen poca credibilidad. Todo ello conduce a la política del escándalo como arma fundamental de acceder al poder, por eliminación del contrario". (Lahera, 2004: 46)

Los medios electrónicos de comunicación, que podrían constituirse en un espacio global de construcción de la democracia, son pues llenados por el capitalismo con atractivos y lucrativos espectáculos circenses, pero la diferencia entre el *panem et circensis* romano y el actual es, entre otras cosas, que hoy la propia política es víctima de esta lógica y está condenada a adaptarse a las reglas del espectáculo para subsistir. La política pasa a ser, fundamentalmente, una política de mercado. Cada candidato es un empresario que necesita vender un producto, su imagen, al costo de un voto. Para ello es necesario utilizar todas las herramientas al alcance. Las más preciadas son aquellas que aportan la psicología vinculada al marketing, y que se difunden principalmente a través de los medios. Se produce así, a nivel de la sociedad en general, una decadencia de la política tradicional frente a los medios, que tienden a ocupar los espacios de los partidos políticos. Para asegurar el *imperio de la mercancía*, se vio mucho más conveniente *manufacturar un consenso* a través de todo tipo de productos mediáticos, que a través de los tradicionales caminos de la política partidaria. Se da por muerta entonces a la *ideología política* (o al menos se pretende), se declara el fin de la historia y se atenta directamente contra las raíces más profundas de la cultura (incluyendo desde los hábitos alimentarios hasta sus manifestaciones más abstractas) ya que éstas competirían como valores éticos, con la mercancía.

No obstante, y es lo que en última instancia permite y motiva la presente investigación, estos procesos no son automáticos ni sencillos y existen cada vez más resistencias y oposiciones a estas dinámicas del capital. Muchas naciones latinoamericanas, por ejemplo, por la vía del voto, aún con medios sumamente concentrados, han logrado elegir y sostener gobiernos que -más allá del lugar en el que se ubican en el espectro político, sobre lo cual hay mucha discusión- buscaron romper las lógicas dictatoriales del mercado y construir sociedades más equitativas (incluyendo el acceso a los medios) poniendo como objetivo el

buen vivir de los pueblos antes que el desarrollo de la economía capitalista. Las nuevas tecnologías, especialmente internet, si bien tienden a reproducir patrones de concentración, son herramientas que han facilitado la participación y la democratización en éstas y muchas otras sociedades.

En este contexto se sitúan las descripciones y los análisis presentados aquí. Los medios de comunicación paraguayos, como tentáculos menores del complejo transnacional capitalista se han encargado, por un lado de mediar para transformar la sociedad en mercado, absolutizando la mercancía de manera funcional a los intereses transnacionales globalizadores, pero, a su vez, las relaciones internas de producción han hecho que los mismos adopten estrategias especiales para defender intereses particulares. El actual período de bruscos cambios en el Estado paraguayo es un momento importante para el análisis de estos entramados, ya que la sacudida de las estructuras de poder, aunque sean superficiales, permite ver algunas dinámicas que en el *status quo* se mantienen en el subsuelo.

¿De qué manera se dan los procesos de dominación y de resistencia a través de la comunicación en el Paraguay de hoy? es la pregunta que guía la investigación. O en palabras de Castells (2010: 24): “¿por qué, cómo y quién construye y ejerce las relaciones de poder mediante la gestión de los procesos de comunicación y de qué forma los actores sociales que buscan el cambio social pueden modificar estas relaciones influyendo en la mente colectiva?”. Para dar respuesta a esto, es necesario comenzar con una revisión de las teorías que se han desarrollado hasta el momento, y luego identificar variables e indicadores intervinientes, de manera a establecer las relaciones específicas en medio de un tema tan amplio.

Conviene aclarar que no se pretende con la presente investigación aportar a estas teorías, sino basarse en ellas para relacionarlas con la particularidad paraguaya, con su historia, con su cultura. Tampoco surgirán de estas páginas conclusiones que permitan utilizar mejores estrategias para fortalecer la participación ciudadana, la democracia y el buen vivir de los pueblos, porque hay que reconocer que son los valores –de los cuales ninguna ciencia está exenta- que guían la búsqueda de estos conocimientos. Sí pueden surgir elementos que ayuden a la

sociedad a repensarse desde adentro, a analizar las realidades cotidianas, tanto en la sociedad civil como en la política, para, de alguna manera, inferir estrategias de transformación social.

La comunicación y sus teorías

Innumerables estudios se han realizado sobre el impacto de los medios de comunicación, sobre las formas de persuasión, sobre la recepción y transformación de los mensajes, sobre sus imposiciones culturales. Armand y Michéle Matellart (1997) ofrecen un interesante recuento de las principales teorías de la comunicación. Tanto cuanto centrales, estos estudios han sido de considerable amplitud, ya que han puesto como objeto de estudio los procesos de comunicación en distintas dimensiones y contextos, desde aquellos que se dan en las relaciones interpersonales (o incluso intrapersonales), pasando por el análisis de los medios de comunicación de masas y llegando hasta los flujos de la comunicación cibernética. Interesan, para el presente estudio, aquellos conocimientos producidos acerca de las dinámicas de relación que existen, sobre todo, entre los medios masivos de comunicación y el público en general.

Además de la amplitud con la cual han sido abordadas las investigaciones sobre la comunicación, los distintos paradigmas que guiaron el desarrollo de la ciencia instalaron diferencias irreconciliables entre unas y otras corrientes. El funcionalismo, centrado más que nada en medir el impacto de los contenidos de los medios de comunicación en las audiencias; la teoría crítica, preocupada por las relaciones de poder que se establecen en los medios; y los estudios interpretativos, enfocados más que nada en las dinámicas de construcción y disputa cultural que se dan en los medios. A pesar de estas diferencias, los estudios concretos desarrollados a lo largo de la historia desde paradigmas distintos, en algunos casos pueden complementarse y, en cualquier caso, son un rico bagaje que permite un análisis crítico de la evolución de las teorías de la comunicación. De nada serviría a la teoría crítica el análisis de las relaciones de poder que existen detrás de los medios, si no se es capaz de medir los impactos que tienen sus contenidos en la transformación de pautas culturales de una sociedad, que son las que, en definitiva, soportan las dinámicas de dominación.

El análisis del impacto de los medios y sus contenidos en la formación de la opinión pública, o de actitudes hacia productos comerciales, ha sido desarrollado sobre todo por continuadores de la escuela funcionalista, y una de sus primeras expresiones es la corriente de la *Mass Communication Research*. Impulsada en sus inicios por Harold Lasswell, quien sostiene en su investigación *Propaganda techniques in the World War* (1927) que los medios de difusión se han convertido en un instrumento indispensable para la “gestión gubernamental de las opiniones”, ya que como afirma Chomsky (2002), los trabajos de propaganda del gobierno norteamericano a través de la comisión *Creel*, tuvieron resultados extraordinarios en cuanto que lograron conducir a un pueblo relativamente pacífico a una guerra mundial, el estudio parte de la convicción de un poder casi ilimitado de los medios de comunicación frente a una audiencia irremediabilmente pasiva. Al exagerado mecanicismo de la concepción de Lasswell se sumarán más tarde los estudios de Lazarsfeld (1944), quien introduce otras variables en el análisis de la audiencia. A través de paneles grupales estudia los estadios sucesivos de la decisión “en proceso de formación”. Desarrolla el modelo de escalones en la dinámica de recepción-acción (conciencia-interés-evaluación-prueba-adopción o rechazo), convergente con lo que los especialistas en marketing llamaban AIDA (captar la Atención, suscitar el Interés, estimular el Deseo, para pasar a la Acción). También en esta dinámica, Kurt Lewin (1935) analiza la decisión de grupo y las estrategias de persuasión. Identifica la presencia de *gatekeepers* o controladores del flujo de información, función que aseguran los “líderes de opinión informales”. Carl Hovland (1949) por su parte, siguiendo con la corriente de Lasswell, estudió el impacto en soldados norteamericanos de películas sobre el conflicto en la Segunda Guerra Mundial. A partir de este estudio, se desarrollan luego importantes estrategias de persuasión de masas.

A diferencia del funcionalismo, que veía en los avances tecnológicos de los medios de comunicación herramientas para el mejoramiento de la democracia (o de los mercados), los teóricos críticos los denuncian como ejecutores de violencia simbólica y detentores de un poder deshumanizante. Los miembros de la Escuela de Frankfurt analizan la producción industrial de bienes culturales; la “industria cultural” manifiesta la misma racionalidad técnica, la misma organización y planificación que la fabricación

industrial de autos, convirtiendo así los productos culturales en mercancía, afirman. En sus críticas del Jazz, Adorno asegura que el mismo “no expresa liberación, sino que reduce la distancia entre el individuo alienado y la cultura afirmativa, es decir, a semejanza del arte afirmativo, una cultura que favorece no lo que debería, a saber, la resistencia, sino por el contrario la integración en el *statu quo*” (Adorno en Mattellart, 1997). Herbert Marcuse (1964) por su parte, critica la aparente racionalidad que impulsa la ciencia y la tecnología como única dimensión del ser humano, ya que manifiesta la irracionalidad de un modo de organización social que, en lugar de liberar al individuo, lo somete. Este lenguaje unidimensional es promovido por los medios de comunicación y la industria cultural. Los aportes de Habermas (2000) al estudio de la comunicación son irreductibles a pocas líneas, pero cabe resaltar sus conclusiones, que relacionan directamente la calidad de una democracia con la eficiencia de los sistemas de comunicación y la crítica a la sociedad de entonces, en la que las formas de comunicación estaban cada vez más inspiradas en el modelo comercial de “fabricación de la opinión”. Por otra parte, Louis Althusser (1988) clasifica a los medios de comunicación como uno de los “Aparatos Ideológicos del Estado” que tienen la función de garantizar el monopolio de la violencia del Estado, mediante la construcción de significados y de legitimidad natural. Gracias a ellos actúa la dominación ideológica de las clases con poder sobre las demás. Bourdieu (1996) profundiza la definición de violencia simbólica y desarrolla la noción de *habitus*, conceptos que se relacionan con la *reproducción* del orden social establecido y que aportan a la comprensión del rol que cumplen los medios de comunicación. Otros estudios que tienen que ver con el análisis simbólico del lenguaje y de la cultura, y las formas en que los nuevos medios de comunicación transformaron los significados y las relaciones en la sociedad.

Otros autores situados en la corriente crítica, han desarrollado lo que se dio en llamar la *economía política de la comunicación*. A través de sus estudios tratan de medir las diferencias en el acceso a la información y a las tecnologías, de conocer los circuitos mundiales de los contenidos mediáticos y las relaciones entre el poder político-económico y el poder mediático. La teoría de la dependencia hace eco en los estudios de los medios y se instala el concepto de la “dependencia cultural”. Schiller (1969) estudia

las relaciones de la industria mediática con el complejo militar industrial en Estados Unidos, y define el imperialismo cultural como: el “conjunto de procesos por los que una sociedad es introducida en el seno del sistema moderno mundial y la manera en que su capa dirigente es llevada, por la fascinación, la presión, la fuerza o la corrupción, a moldear las instituciones sociales para que correspondan con los valores y las estructuras del centro dominante del sistema o para hacerse su promotor”. Casi al mismo tiempo, Guback (1969) analiza las estrategias de penetración de las industrias norteamericanas en Europa y luego Tunstall (1977) demuestra que los marcos organizativos de los medios de comunicación son fundamentalmente norteamericanos. Nordenstreng y Varis (1976) analizan los flujos internacionales de televisión, concluyendo que las dinámicas de tráfico son, por lo general, de un solo sentido, es decir, de Estados Unidos hacia el resto del mundo. Este estudio se sitúa dentro de la corriente de la UNESCO, que promueve un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC), desde donde se publica también el Informe McBride *Un solo mundo, voces múltiples*. De contenido fuertemente político, el Informe McBride denuncia la amenaza para la democracia que representan las tendencias hacia la concentración de los medios de comunicación, y desencadena una serie de reacciones internacionales que terminan con el abandono de la UNESCO por parte de EE.UU. Marshall McLuhan (1969 y 1996) desarrolla sus ideas acerca de la *Aldea Global* relacionada con los avances de las tecnologías de la comunicación, y estudia el modo en que estos avances van condicionando el cambio social. Marc Uri Porat mide el peso relativo que tienen en la economía, los trabajos relacionados con el manejo de la información.

Este recuento de estudios y teorías de la comunicación, que no tiene pretensiones de ser exhaustivo, busca dar una visión global de las formas en que la comunicación ha sido abordada a lo largo de la historia, como sustento teórico para el desarrollo de la presente investigación. Básicamente cabe distinguir entre los estudios de carácter administrativo y los estudios críticos de la comunicación. Los estudios administrativos, financiados principalmente por la publicidad privada o por el Estado, buscaron obtener resultados concretos en el público, sea en su comportamiento hacia productos o hacia facciones políticas. Los estudios críticos, por su parte, buscaron comprender el proceso

de la comunicación de manera integral, las relaciones de poder que se esconden detrás, los cambios culturales que se producen mediante la incorporación de nuevas tecnologías, etcétera. Son innegables los avances que ha habido en ambas corrientes, pero sin embargo, al mirar la realidad mundial, parecería ser que mientras la ciencia crítica se encarga de comprender teóricamente a los medios de comunicación y sus dinámicas, el gran capital se apodera, en la práctica, de todos los espacios de la vida cotidiana. O más bien, mientras que la lógica del capital, a través de sus estudios sobre la psicología y las formas de su manipulación se apodera de todas las relaciones humanas, la ciencia crítica describe e interpreta estos fenómenos, sin lograr activar, mayormente, estrategias de transformación. Producir conocimientos es necesario, pero es apenas el primer paso de un proceso que para transformar la realidad requiere indispensablemente de la articulación con los movimientos populares que hacen rodar la historia.

Comunicación y poder

Uno de los últimos aportes más completos a los estudios de la comunicación ha sido el de Castells (2009) en *Comunicación y Poder*. Gran parte de las interpretaciones teóricas realizadas en el presente estudio se basan en las principales ideas contenidas en este libro. El autor comienza afirmando que la comprensión del poder, de sus formas de distribución en una sociedad, son la base de toda teoría social, ya que:

“El poder es el proceso fundamental de la sociedad, puesto que ésta se define en torno a valores e instituciones, y lo que se valora e institucionaliza está definido por relaciones de poder... El poder es la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder. El poder se ejerce mediante la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y/o mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los actores sociales guían sus acciones.” (Castells, 2010: 33)

Todas las relaciones humanas, en la familia, la escuela, el trabajo, etc., obedecen a lógicas institucionales que fueron construidas

en base a mecanismos de distribución de poder. El poder, en última instancia, depende de la capacidad de sometimiento material, físico, que tiene un actor sobre otro u otros, para cumplir su voluntad; pero en la práctica, las relaciones de poder se basan más que nada en construcciones simbólicas que justifican la prevalencia de una voluntad sobre las demás. Y en este sentido son los procesos comunicativos, en especial aquellos que se dan en los medios masivos, los que tienen la capacidad de construir significado en la sociedad. Según Castells (2009: 536):

“El punto clave es que los medios electrónicos (incluidas no solo la televisión y la radio, sino todas las formas de comunicación, como los periódicos e Internet) se han convertido en el espacio privilegiado de la política... sin ellos no hay posibilidad de obtener o ejercer el poder”.

“El poder se ejerce fundamentalmente construyendo significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes multimedia globales-locales de comunicación de masas, incluida la autocomunicación de masas. Aunque las teorías sobre el poder y la observación histórica apuntan a la importancia decisiva del monopolio de la violencia por parte del estado como origen del poder social, sostengo que la capacidad para emplear con éxito la violencia o la intimidación requiere el enmarcado individual y colectivo de las mentes”.

Además de los medios masivos, Castells resalta la importancia que van adquiriendo los procesos de *autocomunicación de masas* en el juego del poder, sobre todo con el auge de internet. Éstos se definen por la capacidad que tienen los actores de crear sus propios contenidos, de difundirlos masivamente o seleccionando las audiencias, y de volver a recibir los propios mensajes o el *feedback* sobre ellos. Estos procesos que, se espera, se extiendan considerablemente en los próximos años, cambiarán radicalmente la perspectiva desde la que se analiza la comunicación.

En definitiva, lo de Castells es una exhortación a discutir el poder, y discutir el poder es discutir la comunicación. Discutir la comunicación es, por tanto, discutir la democracia, ya que ésta se define básicamente como un sistema político que deposita el poder en el pueblo. Puede que la democracia sea más un concepto

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

que un sistema político, un tipo ideal en términos weberianos. Pero en la base de ese tipo ideal, que se convirtió en utopía para muchos pueblos del mundo, está, indefectiblemente, la información. Los individuos que acuden a elegir sus representantes, a participar en sus localidades, a exigir sus derechos, lo hacen a partir de la información que reciben, es casi tautológico decirlo. Pero ¿de qué poder popular, o de qué democracia se puede hablar cuando la información de la que disponen los ciudadanos y ciudadanas no es transparente?, ¿cuando la misma circula a través de canales pertenecientes a grandes empresas cuyo único objetivo es lucrar para ampliar más el propio poder? Todo esto lleva a concluir que:

“Sin traspasar las barreras organizativas y tecnológicas que estructuran la información y la comunicación socializada, hay pocas esperanzas de que se produzca un cambio que permita una resistencia efectiva a los poderes establecidos”. (Castells, 2010: 262)

Comunicación y *discurso político*

La investigación plantea como problemática central, la relación que existe entre los medios de comunicación y el discurso político ciudadano. Éste, según Johnson y Johnson (2000) “es el intercambio de puntos de vista racionales sobre los varios caminos alternativos que pueden ser tomados para resolver un problema de la sociedad”. La definición no reduce el discurso político a aquel dado en ciertos contextos que tienen que ver con la sociedad política en específico, como lo hace Van Dijk (1998), sino que, atendiendo que el fin último de la política es el bien común (definido según valores éticos), incluye todas las narraciones y conexiones que se construyen acerca de los caminos que se necesita transitar para llegar a él y que pueden darse en distintos escenarios sociales. El *discurso político* puede ser una conjugación de ideologías políticas (entendidas como sistemas lógicamente articulados de interpretación), pero no necesariamente tiene pretensiones científicas de validez, sino que también intervienen las interpretaciones de *sentido común*, a partir de las vivencias cotidianas. A diferencia de *opinión pública*, un término amplio que puede abarcar opiniones aisladas sobre hechos o personajes puntuales en un momento dado, el *discurso político* busca dar explicaciones acerca de las causas de los problemas sociales y

plantea posibles soluciones. El mismo tiene bases más profundas, y por ello, es menos variable.

Por otra parte, la *actitud política* es la predisposición a ocuparse de los problemas políticos que la persona tiene, ya sea mediante la búsqueda de información, o mediante la participación directa (candidatos, líderes, etc.) o indirecta (miembros de organizaciones, etc.) en espacios de accionar político. Entre el discurso y la actitud puede o no existir correspondencia, pero, para que exista una actitud política proactiva por ejemplo, es necesario tener un medianamente sólido discurso forjado. En palabras de Chilton y Schaffner (2002: 8):

“Lo que es importante para el análisis del discurso político es que el lenguaje está atado fuertemente a la cultura en la práctica, y que la cultura está fuertemente atada a la práctica de la política en una sociedad particular”.

Se asume pues que tanto la actitud como el discurso político estarán influenciados por los medios de comunicación, ya que éstos se han vuelto el escenario principal de los debates y acontecimientos del mundo político.

“La política se ha enredado íntimamente con este proceso de mediación industrialmente centralizada, así que, para la mayoría de las personas, la principal experiencia y conocimiento de la representación política deriva de la televisión. La política pasa a ser vista como una forma remota, etérea; una cultura de por sí, que no es fácilmente trasladable al discurso diario de ciudadanos corrientes”. (Coleman, S., Morrison, D., & Svennevig, M., 2008)

Metodología de estudio

Se pretende en este estudio abordar los medios desde una perspectiva amplia, conociendo los intereses que están detrás de cada uno de ellos, sus interrelaciones, sus dinámicas de funcionamiento interno, y sobre todo, los mecanismos de recepción que operan en la audiencia. Se parte de la hipótesis de que el discurso político ciudadano se verá afectado, en mayor o menor medida, por el discurso de los medios y por las noticias más instaladas en su agenda. Lo que se busca es, en definitiva, saber de qué manera operan hoy, en la audiencia paraguaya, los

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

mecanismos de absorción, oposición o negociación de los mensajes políticos presentes en los medios masivos de comunicación. A pesar de que no es adecuado separar lo político de lo cultural (Martín-Barbero), metodológicamente se optó por considerar los discursos políticos de manera aislada, ya que escrutándolos así, se puede arrojar pistas sobre las dinámicas culturales que subyacen a los mismos.

El estudio se basa principalmente en el análisis de fuentes secundarias, en instrumentos cualitativos como la entrevista y los grupos focales, y en la observación de las noticias en medios de comunicación.

Para comprender el sistema actual, tanto nacional como global, en el que funcionan los medios de comunicación se recurrió a fuentes secundarias. De esta manera se busca identificar factores históricos y transversales que hacen a la realidad de los medios de comunicación de hoy. Si bien el análisis se centra en el caso paraguayo, el actual proceso de globalización que tiende a “eliminar el tiempo por medio del espacio”, hace necesaria una contextualización internacional del problema. Las entrevistas fueron otro elemento importante para completar el mapa de actores vinculados a los medios de comunicación en lo que respecta a la realidad paraguaya.

Una vez construido el mapa, es necesario comprender cómo se mueven los actores. Se analizó pues, en base a fuentes secundarias y entrevistas nuevamente, las relaciones que existen entre cada uno de ellos y aquellas que se dan con otros sectores de la sociedad o el gobierno.

Para el análisis de la construcción de la agenda mediática se procedió a, por un lado, la observación de los principales medios masivos de comunicación, y por otro, a entrevistas con los trabajadores del sector. La observación nos permite trazar líneas de interconexión desde afuera, mientras que las entrevistas nos permiten ver la problemática desde adentro, de manera a identificar nexos comunes que afiancen conclusiones válidas. De

la sistematización de noticias de los medios impresos se obtuvieron los temas más resaltantes del mes de setiembre de 2010, de manera a poder relacionarlos con los discursos de los grupos focales realizados en octubre. Éstos se desarrollaron en la etapa final de la investigación, con el objetivo de tener una aproximación a los discursos políticos y trazar sus relaciones con los discursos observados en los medios de comunicación.

1 <http://es.finance.yahoo.com/noticias/el-valor-de-las-fusiones-y-adquisiciones-de-medios-en-2009-en-europa-cae-un-63-respecto-a-2008-segn-estudio-europapr-397b071df3e9.html?x=0>

CAPÍTULO 2
Medios de comunicación en Paraguay:
propiedad, características y políticas públicas

Medios de comunicación en Paraguay: propiedad, características y políticas públicas

Paraguay es uno de los países más desiguales del mundo. Con un coeficiente Gini de distribución del ingreso que llega a 56,8%, se ubicaba en el noveno lugar entre los países más desiguales, según el Informe de Desarrollo Humano del PNUD (2008). A nivel de concentración de tierras, el último Censo Agropecuario realizado en 2008 indica que el 2,6% de los propietarios controla el 85,5% de las tierras, situación particularmente grave si se considera que alrededor del 40% de la población vive en áreas rurales. En las ciudades, los niveles de concentración de riqueza en pocos grupos empresariales son cada vez mayores. Si bien no existen casi datos concretos sobre esto, es fácilmente verificable la consolidación de importantes oligopolios que controlan cada sector de la economía (Pereira y Lezcano, 2010).

Como se vio en el capítulo 1, la dinámica de acumulación capitalista afecta a los medios de comunicación, concentrando su propiedad en pocas manos y vinculándolos con diversos sectores de la economía. Es, pues, razonable inducir que a mayores niveles de concentración en la economía en general, corresponderán mayores niveles de concentración de los medios y, por tanto, una distribución más desigual del poder simbólico. Esta situación se verifica en Paraguay si se analiza la estructura de propiedad de los medios masivos de comunicación. Hoy, a primera vista, se pueden identificar siete grandes grupos empresariales que controlan los medios más importantes, y con ellos, la mayor parte de la información y el entretenimiento disponible cotidianamente: el grupo Zuccolillo, el grupo Vierci, el grupo Domínguez Dibb, el grupo Wasmosy, el grupo Chena, el grupo Ángel González, y el grupo

Rubín. Todos estos grupos mantienen inversiones en otros campos de la economía y, en algunos casos, los medios, más que negocios, son instrumentos de presión política para el buen andamiaje de sus demás empresas.

¿Cómo se forman estos grupos? ¿Cuáles son sus vínculos con los sectores político y empresarial? ¿De qué manera éstos influyen en sus relaciones con el gobierno y la sociedad en general? Son preguntas que tratarán de responderse a continuación.

La conformación de los medios en Paraguay: breve reseña histórica

Los medios masivos de comunicación en Paraguay tienen una historia que se remonta al *Paraguay Independiente*, sin embargo, teniendo en cuenta los más importantes acontecimientos políticos y tecnológicos que marcaron el presente, se considera que, una revisión que parta de los años cincuenta del siglo pasado, puede ser suficiente para comprender sus actuales estructuras y dinámicas de funcionamiento.

Diarios impresos

La década del cincuenta estuvo signada por la consolidación de la dictadura de Alfredo Stroessner, lo que definiría el destino político, económico, social, cultural y comunicacional de los siguientes 35 años, dejando profundas secuelas en toda la sociedad. A nivel de comunicación, esto implicó severas restricciones a la libertad de expresión y al acceso a la información.

En el caso de la prensa escrita, durante los primeros años de la dictadura, se publican tres diarios nacionales: El País, La Tribuna y Patria. El diario **El País** tuvo una turbulenta historia de cierres y aperturas desde las primeras décadas del siglo XX. Finalmente, en el año 1958 es reabierto por Constancio Rojas con el mismo nombre, y funciona hasta su cierre a inicios de los setenta. En 1973, el diario cambia de nombre a "**Última Hora**" y reabre su edición a cargo del coronel Pablo Rojas, en plena dictadura. En 1976, luego de algunas reformas, asumirá la dirección del periódico, Constancio Rojas, hijo del coronel. En 2003, ya en la transición democrática, el grupo Vierci adquiere la mayor parte del paquete accionario de la compañía y sigue publicando el diario con el mismo nombre

hasta la actualidad. **La Tribuna**, por su parte, publicaba ininterrumpidamente desde el año 1925, bajo la dirección del ex-presidente de la República Eduardo Schaerer (1912-1916), y luego, de su hijo Eduardo Schaerer. En 1972 el periódico pasa a manos de una sociedad de la cual forman parte Pascual Scavone, Raúl Casabianca, César Arévalos y Eduardo Cudas, hasta 1979, cuando Oscar Paciello compra el total de las acciones y pasa a asumir la dirección. Durante la dictadura, el periódico publica manteniendo una línea intermedia entre la crítica y las alabanzas al gobierno, hasta 1983, cuando deja de aparecer. Nicolás Bo compra los equipos de la imprenta y comienza a publicar el **Diario Noticias** en 1984, hasta que se declara en quiebra en 2005, después de lo cual la infraestructura es adquirida por el grupo Vierci. Dada la cercanía de Nicolás Bo con Stroessner, durante la dictadura el diario gozó de muchos privilegios y mantuvo una línea fuertemente oficialista. El **diario Patria**, por otra parte, había sido fundado en 1917 y luego de varias interrupciones, fue reabierto en 1954 por el mismo Stroessner, como medio partidario de la Asociación Nacional Republicana (ANR). Se publica hasta 1997.

El diario **ABC Color** se funda en agosto de 1967 con la presencia del dictador. Propiedad de Aldo Zuccolillo, el medio nace con alabanzas al gobierno, y subsiste hasta 1984, cuando los planes de su dueño se oponen frontalmente a la ya decadente dictadura stronista. Ese año, 1984, el periódico fue clausurado. Varios son los editoriales del diario en los que consta la complicidad que existió durante mucho tiempo entre ABC y Stroessner, además de los vínculos políticos y económicos que la familia Zuccolillo mantuvo con el dictador (Barreto, 2004). En 1989 el diario se reabre, y su propietario se autoproclama ícono de la lucha contra la dictadura.

Otro medio inaugurado durante la dictadura, y vinculado familiarmente a Stroessner, es el **diario Hoy**, de Humberto Domínguez Dibb. El mismo se publica desde 1977 y ya en época de transición pasa a manos del grupo Wasmosy, cambiando de nombre por “El Día”, que no se sostiene durante mucho tiempo. Sí perdura hasta hoy el **diario Popular**, del grupo Wasmosy, fundado en 1995.

En los noventa, de nuevo la familia Domínguez Dibb aparece con la publicación del **diario La Nación** (1995) y un poco más tarde (2001) con el **diario Crónica**.

Línea cronológica: Diarios impresos en Paraguay desde 1950.

Diarios/Año	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
El País/Última Hora		El País (Constancio Rojas)	Última Hora (Pablo Rojas)	Última Hora (Demetrio Rojas)		Última Hora (Grupo Vieri)	
La Tribuna/Noticias	La Tribuna (1925) Eduardo Schaerer (Presidente 1912-1916) / Scavone y otros.			Diario Noticias (Grupo Bó)		Imprenta adquirida por Grupo Vieri	
Diario Patria	Diario Patria (1917) reabierto por el dictador Stroessner como órgano oficial del Partido Colorado y el gobierno.						
Diario ABC Color		Diario ABC Color, inaugurado por Stroessner en 1967, propiedad de Aldo Zuccolillo, publica hasta la ruptura de relaciones con el régimen en 1984.		Se reabre el diario a la caída de la dictadura, siempre en manos de Aldo Zuccolillo.			
Diario Hoy/El día/Popular			Diario Hoy (Dominguez Dibb) / Diario El Día (Wasmosy)		Diario Popular (Wasmosy)		
Diario La Nación/ Diario Crónica					Diario La Nación (1995) Dominguez Dibb	Diario Crónica (2001) R. Dominguez Dibb	

Radios

El medio radiofónico es más complejo de analizar debido a la gran cantidad de actores que intervienen en él. Aún así, se tratará de seguir los trazos históricos de sus principales protagonistas, sobre todo en lo que se refiere a la Amplitud Modulada (AM), debido a que éstas son las que inciden en mayor medida en la opinión pública y el discurso político en la actualidad.

Las transmisiones radiales en Paraguay tuvieron un origen militar con la instalación de los primeros equipos en buques de la Armada en 1922. La radiofonía de tipo comercial se inició en 1924. A comienzos de la década del treinta, coincidiendo con la guerra del Chaco, se funda ZP1, **Radio Prieto**, que luego de sucesivas mutaciones de nombre y cambio de propietarios, se convertiría en la actual **970 AM**, vinculada al grupo Domínguez Dibb. **Radio Cáritas** fue fundada por la congregación franciscana en 1936, luego sería transferida a la Arquidiócesis de Asunción, y actualmente administrada por la Universidad Católica de Asunción. Desde entonces transmite sin interrupciones y es uno de los únicos medios que, sin convertirse en oficialista, sobrevivió a la dictadura. Más vinculada a un discurso religioso, sin embargo, no perdió de vista la problemática social del país. Desde 1942 transmite la **ZP1, Radio Nacional del Paraguay**, dependiente del gobierno. El rol de la misma ha dependido del poder de turno. Se destaca el papel que ocupó durante la dictadura stronista, como herramienta de propaganda partidaria, a través de “La Voz del Coloradismo” que involucraba además a otra gran cantidad de radioemisoras a través de la “Cadena Nacional de Radioemisoras”. Con la caída de la dictadura en 1989, fueron eliminadas estas herramientas políticas simbólicas, sin embargo, conservó intacto el perfil de radio oficialista, privilegiando las transmisiones en directo de los actos del Presidente, los actos castrenses y los espacios exclusivos del Partido Colorado. Recién con la asunción del gobierno de Lugo, en 2008, se trata de convertir a la misma, en un medio plural y público. **Radio Ñandutí** inicia su transmisión durante la dictadura, en 1962, bajo la dirección del cantante Teófilo Escobar y el entonces presentador Humberto Rubín; diez años después se retira Escobar y la radio queda en poder de Humberto Rubín y su esposa, Gloria Rubín. Al igual que el diario ABC Color, después de sus inicios favorecidos por el dictador, en los últimos años de la dictadura sus posturas críticas le cuestan el cierre temporal en 1983, y luego

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

de otras restricciones, el cierre definitivo en 1987. Se reabre nuevamente en febrero de 1989. **Radio 1° de Marzo** sale al aire en 1976 y su dueño, el empresario Alcides Riveros, está vinculado a Stroessner a través de su consuegro, el Gral. Rodríguez y la familia Saba. En 1990 la radio es vendida a la familia Napout, pero 10 años después vuelve a comprarla la familia Riveros, conformando así la Megacadena de Comunicaciones integrada por: 1ro de Marzo 780 AM, Radio Canal 100 FM, Radio Latina FM, y otras emisoras en el interior, bajo la dirección de Mario Alberto Riveros. También durante la dictadura, vinculada al diario Noticias y al canal 13, nace **radio Cardinal**, en poder de la familia Bo. Ya en los primeros años de la década del 2000, la misma es adquirida por el grupo Chena. El grupo Multimedia, propiedad del ex presidente Wasmosy, lanza en el año 1996, **radio Uno** en amplitud modulada. Otras radios que nacen en la transición son **radio Mil**, vinculada a la periodista Mina Feliciángeli y al político colorado y actual senador Juan Carlos Galaverna, y la más reciente, **radio Monumental** (2010) del grupo Vierci.

Televisión

La transmisión televisiva se inició en Paraguay cuando el 29 de setiembre de 1965, **Canal 9 TV Cerro Corá**, salió al aire en forma oficial, con Mario Abdo Benítez y Gustavo Stroessner Mora como propietarios. En sus inicios pasaban series extranjeras, pero pronto se empezaron a emitir programas nacionales, promocionando a varias figuras, entre las que se destacan los hermanos Humberto, Arturo y Armando Rubín. En los primeros años de la transición a la democracia, de la mano de sus originales propietarios pasó al control de Gustavo Saba y Mirtha Rodríguez de Saba (hija del Gral. Andrés Rodríguez, entonces presidente de la República). Ya en el 2008 las acciones de TV Cerro Corá SA fueron vendidas al empresario mexicano Remigio Ángel González González. En 1981, por otra parte, el empresario Nicolás Bo Parodi inauguraba **Teledifusora Paraguaya S.A. Canal 13**, segundo Canal de aire instalado en el país, rompiendo con el monopolio que hasta entonces detentaba el canal 9, pero siempre dentro de la línea política oficialista. Comenzó como el primer canal que transmitía su programación en colores. En la actualidad, todas las acciones de Teledifusora Paraguaya S.A. están en poder de Christian Chena, empresario y desarrollador de negocios en Internet. En 1996, fue habilitado por la Comisión Nacional de Telecomunicaciones

(CONATEL) el **Canal 2, TEVEDOS S.A.** Uno de los principales accionistas de esta sociedad era José Luis Manzoni, empresario proveniente del sector agroexportador del Paraguay y primo del ex presidente Wasmosy. En 2004, éste lo cedió en alquiler a la empresa Obedira Comunicación Integral, que actualmente explota el canal, con el nombre de RED GUARANÍ. **Telefuturo, Canal 4,** nació en 1997, propiedad de Antonio J. Vierci, bajo el dominio de la Empresa Acción Multimedios. Este canal, en pocos años se ha vuelto una de las principales emisoras televisivas del país, con 14 repetidoras cubriendo el 97% del territorio nacional. Otra sociedad anónima adquirió la licencia de **Canal 5 Paravisión S.A.** en 1996, pero hasta 2005 quedó prácticamente dormida, hasta que las acciones pasaron legalmente a manos Eduardo Gross Brown e Ismael Hadid, quienes representan al empresario mexicano Remigio Ángel González González. El 21 de setiembre de 2008, se inauguró oficialmente **La Tele, Canal 11,** un nuevo medio de comunicación controlado por el grupo Vierci, con licencia concedida a la empresa Hispanoamérica S.A.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Línea cronológica de canales de televisión desde 1965

Canales TV/Año	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010
Canal 9			SNT Cerro Corá, Canal 9: Abdo Benítez, Stroessner Mora, Morínigo Delgado		SNT Cerro Corá, Canal 9: Mirta Rodríguez de Saba		Adquiere Ángel González
Canal 13					Teledifusora Paraguaya, Canal 13: Grupo Bo		Adquiere Grupo Chena
Canal 2						Tevedos, Canal 2: Manzoni Wasmosy	Frecuencia pasa a control de Obedira, Comunicación Integral
Canal 4							Telefuturo, Canal 4: Grupo Vierci
Canal 5						Paravisión, Canal 5 S.A.	Adquiere grupo Ángel González (Gross Brown, Hadici)
Canal 11							La Tele, Canal 11, Grupo Vierci

Medios en la actualidad: mapa de propiedad, características y niveles de acceso

La breve y general historia de los medios apenas presentada, desemboca en un mapa de propiedad que, si bien parece más plural que en épocas pasadas, mantiene fuertes patrones de concentración y, en gran medida, está controlado por los mismos actores políticos y empresariales que surgieron durante la dictadura. La figura 1.1 muestra esquemáticamente los principales medios de comunicación en Paraguay¹, según sean éstos de prensa escrita, radio o televisión.

Figura 1.1 Mapa de los principales medios de comunicación en Paraguay

Diarios impresos	Radio	Televisión
ABC Color		Canal 9 SNT
Vanguardia	Cardinal AM	Canal 5 Paravisión
	Cardinal FM	Canal 13
Última Hora	Estación 40	Canal 4 Telefuturo
	Urbana	Canal 11 La tele
	Monumental AM	Canal 2 Red Guaraní
La Nación	970 AM	Multicanal/Unicanal
Crónica	Montecarlo FM	
Popular	Uno	
	Popular FM	
	Ñandutí AM	
	Ñandutí FM	
	Rock and Pop	
	Mburukuja PJC	
	RGS	
	Disney	
	Farra	
	Otras asociadas	
	Primero de Marzo	
	Latina	
	Canal 100	

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

La base de la figura 1.2 es la misma que la de la figura 1.1, pero en el mapa se cambian los nombres de los medios por aquellos de sus propietarios. Aquí se puede percibir una variedad nominal mucho menor. Entre muchos hechos que llaman la atención, se puede resaltar la concentración vertical (en un tipo de medio), en algunos casos, y horizontal, en otros. La concentración vertical está liderada por el diario ABC Color en prensa escrita (por la tirada del diario), por la familia Rubín en radio, y por el conglomerado Vierci y el conglomerado Ángel González en televisión. A nivel horizontal, en primer lugar se posiciona el grupo Vierci con un diario, dos canales de radio y dos de televisión, y luego, disputando el segundo lugar el grupo Domínguez Dibb, el grupo Wasmosy y el grupo Chena.

Los medios más importantes del país se encierran en estos pocos grandes grupos. Medios públicos consolidados sólo existen en la comunicación radiofónica y, hasta agosto de 2008, eran utilizados como vehículo de la propaganda oficialista. Medios alternativos, existen cientos, pero de bajo alcance y escasamente articulados.

Figura 1.2 Mapa de propiedad de medios de comunicación en Paraguay

Diarios impresos	Radio	Televisión
Zuccolillo		Ángel González
	Chena	
Grupo Vierci		
		Obedira
Domínguez Dibb		Grupo Clarín
Wasmosy		
	Rubín	
	Riveros	

Concentración de medios: el caso de la prensa escrita

Los medios más especializados y equipados para la producción de noticias son, hasta hoy, los diarios impresos. Esto se debe a la gran demanda de recursos materiales y humanos que se requieren para, fundamentalmente, captar, procesar, publicar y distribuir información. La televisión requiere, quizás, similares inversiones y recursos en un departamento de prensa, pero sus esfuerzos se ven limitados por la poca profundidad de los contenidos, por su inmediatez, y por lo sensacional que tiene que regir en su programación como imposición del rating. Si bien, según datos de encuestas (IBOPE, 2008), solamente el 28,3% de la población se informa con cierta frecuencia por medio de los periódicos impresos, éstos suelen tener un efecto multiplicador mucho más amplio que los demás, ya que la palabra escrita prevalece por sobre la hablada. Un conocido empresario de televisión, para definir el rol de cada uno de los medios en la escena política nacional, dice en una entrevista privada: *“La prensa escrita pone a un presidente, la televisión lo saca”*. Enfatiza de esta manera el impacto más profundo y procesual que tiene la prensa escrita, en comparación con lo inmediato y fugaz de la televisión.

En este sentido, considerar la cantidad de diarios impresos en circulación en un país, puede dar una idea del nivel de concentración del control de la información. Obviamente, para análisis comparativos, se debería tener en cuenta la relación de esta cantidad con el tamaño de la población. Si bien es un indicador poco preciso e incompleto, ya que varios medios pueden ser de la misma propiedad, o seguir líneas editoriales similares, una mayor cantidad de diarios significa mayores opciones para el público y menor posibilidad de marcar la agenda para cada uno de ellos.

Los diarios son, fundamentalmente, núcleos de producción de información que luego se amplifica en otros medios. Aunque varios diarios pueden representar a una misma facción política, la variedad de los mismos puede develar conflictos intra-sectoriales. Las tiradas de los diarios podrían ser un complemento importante para el análisis, pero con el auge de internet, éstas fueron perdiendo relevancia y se prevé que en los próximos años se siga acentuando la tendencia. Por lo tanto, a pesar de las limitaciones planteadas, a grandes rasgos, considerar la cantidad de diarios que hay en un país en relación con la cantidad de habitantes, significaría

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

identificar la cantidad de núcleos especializados de captación, procesamiento y distribución de información que tiene una sociedad o, en términos de Castells, la cantidad de nodos de este tipo en una red.

Desde este punto de vista, Paraguay es el país sudamericano que presenta la mayor concentración de diarios impresos por habitante, como se ve en el cuadro.

Cantidad de habitantes por cada diario impreso en circulación en América del Sur

País	Cantidad de diarios	Habitantes	Habitantes por cada diario impreso
Argentina	195	40.518.000	207.785
Bolivia	28	10.426.000	372.357
Chile	61	17.094.000	280.230
Colombia	49	45.656.000	931.755
Ecuador	41	14.233.000	347.146
Paraguay	6	6.996.000	1.166.000
Perú	87	29.885.000	343.506
Uruguay	36	3.424.000	95.111
Venezuela	107	30.102.000	281.327

Fuentes: www.prensaescrita.com y www.wikipedia.com

La concentración de medios puede ser analizada también desde el punto de vista geográfico. La mayor parte de medios, por lo general, se ubica en los centros del poder político, tendiendo a invisibilizar a las poblaciones alejadas de los mismos, retroalimentando así la exclusión simbólica y material de las mismas. En ese sentido, Paraguay es también el país que menor oferta regional de medios tiene. De los seis diarios mencionados, cinco son de la capital (aunque a veces contienen suplementos regionales), con circulación nacional, y uno sólo es del Departamento de Alto Paraná.

A esta situación de control casi monopólico de la información, hay que añadir que todos los diarios paraguayos, o los grupos empresariales que los controlan, deben el origen de la mayor parte de sus capitales a la época de la dictadura.

La radio hoy: más voces, ¿más pluralismo?

A diferencia de los medios impresos, en la radiofonía tienen cabida actores más diversos, aunque también se dan dinámicas de concentración y control oligopólico. La mayor parte de la audiencia opta por las radios en frecuencia modulada (FM), donde la programación es prioritariamente musical. Tanto en Asunción como en el interior del país, la audiencia de radios AM, ronda el 6 por ciento (Segovia, 2006).

Según datos oficiales de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL: www.conatel.gov.py), en 2009 había 221 radios FM y 72 radios AM comerciales con licencia a nivel país. Las radios comunitarias habilitadas, por su parte, eran 176, y unas 300 tenían sus solicitudes en proceso de aprobación. Los líderes de las principales organizaciones de radios comunitarias (Comunica, Voces Paraguay), sin embargo, señalan que habría casi 1000 organizaciones comunitarias que aguardan la aprobación de solicitudes para el funcionamiento de sus radios. Entre las radios comunitarias habilitadas, sólo una parte está bajo control efectivo de comunidades locales, ya que algunas pertenecen a organizaciones religiosas, otras a ONG o fundaciones, y otras, incluso, a clubes sociales.

A pesar de que el número de radios existentes puede sugerir que hay mucha más pluralidad en este medio, existen varias dinámicas por las que los medios se alinean a los objetivos de algunos pocos actores. Entre ellas se pueden mencionar: la afiliación partidaria de muchas radios, o la dependencia de los intereses de algunos caudillos; la conformación de holdings o grupos de radio bajo la misma propiedad, que actúan con criterios políticos comunes; y la lógica mercantil que regula la actividad de todas aquellas radios emprendidas como negocio, que hace depender su subsistencia de la publicidad empresarial de los grandes grupos económicos.

En cuanto a las comunitarias, cabe mencionar que en 2010, el Parlamento Nacional, aprobó una ley que restringe la potencia de

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

las radios comunitarias a 50 vatios y endurece severamente las penas, incluyendo cárcel, para personas que utilicen el espacio radioeléctrico sin los permisos correspondientes. También se restringen las posibilidades de obtener fondos para sustentar el medio. El Poder Ejecutivo vetó esta ley, y se espera que en 2011 continúe la pulseada entre ambos poderes por regular el uso del espacio radioeléctrico.

Dado que actualmente el consumo de radio tiene más que ver con el entretenimiento que con la información (Segovia, 2006), el impacto de las mismas se da prioritariamente en el campo del consumo cultural y no tanto en la construcción de un discurso político. Aún así, las dinámicas de concentración que operan en el sector, sumadas a las intenciones políticas de algunos actores, reducen las posibilidades de que se construya un mapa más plural de actores con capacidad de expresarse por este medio.

Televisión: la dictadura del rating

El medio de comunicación de masas más influyente hoy en día en la sociedad paraguaya es la televisión. Además de ser el medio más utilizado por la población para mantenerse informada, es el medio en el que más gente cree (Castells, 2009; Segovia, 2006). Castells asegura que esto se debe a que en la audiencia opera el razonamiento: *“si se ve, debe ser verdad”*. Como se observa en el cuadro, la tendencia a informarse predominantemente por medio de la televisión no es característica exclusiva de Paraguay, sino que es una tendencia regional y, probablemente, global.

Medios más utilizados para informarse según país (porcentajes)

	Televisión	Radio comercial	Internet	Radio comunitaria
Argentina	92,2	54,8	20,0	3,7
Bolivia	77,2	67,5	6,9	15,0
Brasil	94,9	39,6	20,6	5,0
Chile	95,9	42,9	17,5	4,0
Paraguay	91,3	54,8	5,2	7,5
Uruguay	93,1	57,8	14,9	6,2

Fuente: IBOPE, 2008.

La televisión es, de por sí, un medio costoso de producir. Esto hace que, ante la ausencia de medios públicos o estatales, la misma esté controlada por grandes actores empresariales y que, al mismo tiempo, tenga un objetivo fundamentalmente mercantil: vender audiencia a los publicistas. La mayor cantidad de audiencia es más costosa, y por tanto más rentable, por lo que la programación debe, indefectiblemente, estar orientada a captar la atención del público. En los programas informativos, esto se refleja en el sensacionalismo de la mayor parte de las noticias. Algunos periodistas comentan que, en los canales, por regla, las primeras noticias (a veces las dos primeras, otras, las cuatro) deben contener hechos de sangre, ya sean asesinatos, accidentes o muertes. Esta es una clave que garantiza la atención del público y un requisito para mantener el rating. El resto de la programación tendrá que mantener un tono polémico, ya sean programas de realidad o de ficción. Se ahondará más sobre los impactos de este tipo de programación en el Capítulo 3.

El cuadro siguiente muestra la cantidad de horas semanales que dedica cada canal a la transmisión de distintos tipos de programas.

Horas semanales de programación según canal*

Programación/Canal	Can 2	Can 4	Can 5	Can 9	Can 11	Can 13
Informativos	40	42	17.5	40	10	40
Deportivos	17.5	8	2	2.5	-	7
Variedades/Hogar	13	15	-	-	6	33
Educativos/informativos	40	0.5	-	-	39**	1.5
Películas/series/novelas	-	32	58	65	87	10
Infantiles	2.5	30	51	10	23	23

*Estimativo realizado en base a datos disponibles en internet en el mes de octubre de 2010.

** 36 de las 39 horas de programación educativa se transmiten entre las 0:00 y las 6:00. La frecuencia que ocupa el canal 11 había sido reservada por el Estado paraguayo para un canal educativo. Su licencia fue obtenida por el grupo Vierci, el 14 de agosto de 2008, un día antes de la cesión de mando al gobierno de Fernando Lugo.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Como se observa, una gran parte de la programación corresponde a películas, series y telenovelas. Casi la totalidad de las mismas es importada, ya que tienen un costo inferior al que tendría la producción propia. Los informativos, en promedio alcanzan las 40 horas semanales, sin embargo, cabe decir que muchos de éstos son programas que incluyen además otro tipo de contenido (cocina, publicidad, etc.). La franja infantil es también importante, pero no se trata de programas educativos, sino de dibujos animados o series para niños, también casi todos importados. La porción de la grilla que ocupan los programas educativos es ínfima, salvo en el canal 2 y, en horario muy marginal en el canal 11 (además la mayoría son importados).

Internet: ¿la democratización de la comunicación?

El gran fenómeno que está transformando el mundo de las comunicaciones en la actualidad es internet, sumado al de las tecnologías móviles. Según datos reportados por Castells (2009), los usuarios de internet en el mundo pasaron de 40 millones en 1995 a 1400 millones, en 2008, representando uno de los saltos tecnológicos más importantes de la historia, junto con la telefonía celular que, entre 1991 y 2008 pasó de 16 millones de usuarios a 3400 millones.

En Paraguay, el ingreso de internet se da a mediados de la década de 1990 y, si bien los niveles de acceso se mantienen bajos, hubo saltos cualitativos importantes. El cuadro siguiente ilustra la evolución del acceso a distintas TICs en los últimos años.

Porcentaje de hogares a nivel nacional que poseen tecnologías de información y comunicación (TICs)

TIC	2006				
	Total	Urbano	Rural	Asunción	Central
Televisor	82,1	90,4	69,7	94,4	91,3
Cable	10,9	17,5	1,0	38,5	10,6
Internet	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
Teléfono móvil	64,4	73,0	51,6	78,0	73,6
	2007				
Televisor	84,9	92,7	72,7	94,7	93,9
Cable	11,7	18,4	1,3	36,5	9,8
Internet	3,0	4,8	0,2	12,4	3,7
Teléfono móvil	75,0	81,6	64,7	83,8	82,7
	2008				
Televisor	84,7	92,3	73,2	s/d	s/d
Cable	14,4	23,4	1,0	s/d	s/d
Internet	6,3	10,0	0,8	s/d	s/d
Teléfono móvil	85,7	90,6	78,4	s/d	s/d
	2009				
Televisor	85,9	93,6	74,1	97,4	95,7
Cable	15,7	24,8	1,8	48,1	18,8
Internet	11,3	16,8	2,9	30,1	14,7
Teléfono móvil	85,6	90,0	78,8	90,4	93,6

Fuente: Encuesta Permanente de Hogares 2006/2007/2008/2009, DGEEC

A excepción de la televisión, que es la tecnología más antigua presentada en el cuadro, y cuyos porcentajes se estancan en alrededor del 80 por ciento, todas las demás TICs tuvieron un incremento porcentual significativo en cuanto a presencia en hogares del país en los últimos años. Quizás el más visible es el de la telefonía celular que de 64,4% en 2006, pasa a estar en el 85,6% de los hogares, alcanzando el nivel de presencia de los televisores.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

La cantidad de hogares con conexión a Internet, a pesar de que sigue siendo baja, creció significativamente, y puede preverse que en los años siguientes siga creciendo. En esto ha influido el ingreso al mercado de la empresa estatal COPACO, que ha abaratado bastante los costos del servicio y ha extendido las redes, al mismo tiempo que se han desarrollado las tecnologías wireless de conexión, permitiendo una cobertura geográfica mucho mayor. Cabe mencionar que la telefonía celular también hace que paulatinamente se vaya extendiendo internet, ya que los nuevos dispositivos portátiles permiten cada vez mayor conectividad.

La presencia de internet cambia radicalmente el enfoque que se tendrá que dar en el futuro a los estudios sobre la comunicación, ya que de un sistema de *comunicación de masas* se está pasando a uno de *autocomunicación de masas*, es decir, un sistema en el que el remitente es receptor al mismo tiempo, define los contenidos y el formato del mensaje y define los destinatarios. Hoy día ya se puede ver que el referente de información y entretenimiento de muchas familias no es la televisión, sino las páginas de internet como Youtube, Facebook, u otras (Castells, 2009).

A pesar de que Internet contribuye en gran medida a democratizar la comunicación, hay que considerar los patrones de concentración en el control de la información que se reproducen en este campo. Si bien, potencialmente, cada usuario de la red tiene un alcance tan amplio como el de cualquier otro, existen mecanismos que retroalimentan el poder de los actores previamente establecidos y consolidados. Entre estos mecanismos se puede citar:

- *La búsqueda de lo conocido por parte de la audiencia:* así como lo describe Ritzer en la *Mcdonalización de la sociedad* (1996), los consumidores buscan previsibilidad.
- *Las infraestructuras para la producción y difusión de contenidos, acumuladas:* la producción de calidad y la capacidad de difusión (almacenamiento, ancho de banda, diseño web) de contenidos dependen siempre de medios económicos.
- *La elevada inversión en marketing:* las técnicas de posicionamiento de los sitios en internet dependen de fuertes inversiones.

- *La credibilidad de una noticia es proporcional al número de gente a la que llega:* los sitios de internet de grupos mediáticos, por lo general, guardan relación con los contenidos de los impresos y, por tanto, tienen el efecto multiplicador de éstos. Cuando un medio es más grande y más leído, se tiene más confianza en el mismo, ya que se asume que si no es verdad lo publicado, habrá gente que lo haga saber (Alba Rico, 2009).

Intereses empresariales: escenarios y realidades de los conglomerados mediáticos

Para comprender mejor el rol que los medios juegan actualmente, es necesario agregar a los mapas anteriores los vínculos que tienen éstos con otros intereses económicos y/o políticos. Cabe sin embargo mencionar, que es sumamente difícil presentar con detalle las actividades económicas de la mayoría de los propietarios de medios de comunicación, tanto porque los datos de sus actividades legales son confidenciales, como porque existen diversos mecanismos a través de los cuales se camufla la verdadera propiedad de los medios y empresas (prestanombres, sociedades anónimas, etc.). Además, algunos propietarios estarían involucrados en actividades ilícitas cuyo funcionamiento es sigilado por distintos grupos de poder. Planteamos pues avanzar, hasta donde sea posible sobre datos empíricos y, a partir de allí, proceder, en base al razonamiento lógico inductivo, a la construcción de escenarios posibles, que permitan interpretar el comportamiento de los medios en cada situación.

ABC Color y el Grupo Zuccolillo

Según las estimaciones de Miranda (2000), el grupo Zuccolillo era el tercer actor más rico del país en el año 1999, con un activo de aproximadamente 1.200 millones de dólares. A este grupo pertenecen tres hermanos de la familia Zuccolillo, los cuales tienen algunos negocios en común y otros individuales. Su fortuna viene ya de la primera mitad del siglo XX, aunque se agranda durante la dictadura stronista, período en el que se inaugura, con el agrado del dictador, el diario ABC Color (1967). Las principales actividades del grupo tienen que ver con la venta de inmuebles, la importación, la construcción, las finanzas, el comercio, las telecomunicaciones, entre otras cosas. Posee innumerables inmuebles en Asunción,

edificios, shopping centers, además de tierras en casi todos los Departamentos del país. Entre las empresas de Aldo Zuccolillo, propietario de ABC Color, podemos mencionar: Inmobiliaria del Este (con 24 agencias en todo el país, probablemente la inmobiliaria más grande del Paraguay); Banco Atlas; Constructora Atlas (con por lo menos 15 torres construidas en Asunción y más en otras ciudades del país); Nueva Americana (centros comerciales); Shopping Mariscal López (uno de los shopping mall más grandes del país), Shopping Mariano; importantes acciones en Núcleo Personal (la segunda de las cuatro operadoras de telefonía celular en cuanto a usuarios); acciones en Tapé Ruvichá, de su familia política Pappalardo (representante de Ford, que históricamente proveyó de vehículos a la Policía Nacional); Tabacalera Pety; Editorial Gráfica Mercurio; entre otras.

Más allá de estas actividades económicas se extiende un manto de oscuridad, sobre el cual se puede arrojar luz si se analizan los discursos de ABC que señalan la existencia de vínculos estratégicos con diversos actores de la esfera económica y política. Entre los principales se pueden mencionar aquellos con: el general retirado Lino Oviedo, la Secta Moon, la Asociación Rural del Paraguay, la Unión de Gremios de la Producción, Cargill (USA), entre otros.

Uno de los vínculos más llamativos es el que tuvo ABC con el general Lino Oviedo, desde los últimos años de los noventa hasta poco antes de las pasadas elecciones presidenciales. Innumerables notas fueron publicadas en este período denunciando que Oviedo –que guardaba prisión en un cuartel militar, condenado por intentar un golpe de Estado y acusado de ser el autor intelectual del asesinato del vicepresidente Argaña y de promover la masacre de jóvenes en las plazas de Asunción en Marzo de 1999- era un perseguido político y que debía ser inmediatamente liberado. Según Miranda (2000) los antecedentes de Oviedo están vinculados directamente con la mafia del narcotráfico, el tráfico de armas y el lavado de dinero. Luego de varios años de defenderlo, sin embargo, antes de las elecciones presidenciales de 2008 hubo un quiebre de relaciones.

Zuccolillo también mantiene hasta hoy vínculos con la Secta Moon, que invirtió en la compra de más de 700.000 hectáreas de tierra en el Chaco paraguayo. Esta compra, totalmente irregular¹, fue insistentemente justificada por el diario, al mismo tiempo que

aprovechó para difamar una y otra vez a los pobladores de Puerto Casado, que luchaban por su derecho básico a vivir como dueños la tierra que les había pertenecido por más de una centuria. Hay investigadores que aseguran que la Secta Moon funciona como una mafia transnacional (Pardo, 2007), y que está vinculada con el tráfico de drogas y de armas, y muchos otros tipos de actividades ilícitas. Las tierras que compraron en el Chaco paraguayo (nada menos que el 2% del territorio nacional), se sitúan en un lugar estratégico para el tráfico ilícito regional, cerca de las fronteras con Brasil y Bolivia, sobre el río Paraguay.

Zuccolillo también mantiene un vínculo llamativo con la Asociación Rural del Paraguay (ARP), una de las organizaciones con más poder de la oligarquía paraguaya. La riqueza de sus miembros se basa en la tenencia de la tierra, en la producción de ganado y, en algunos casos, en las actividades ilícitas de producción y tráfico de drogas (el sector de los narcoganaderos). Es un grupo heterogéneo, pero buena parte de ellos se hace de fortuna durante el régimen militar, según consta en los informes de la Comisión de Verdad y Justicia. La frecuencia de aparición del representante de la ARP o de mensajes y/o estudios de la Asociación, es casi diaria en ABC Color, siendo el diario casi un vocero de la institución.

El cuarto vínculo difícilmente disimulable de ABC Color es el que se da con los productores de soja, nucleados en la Unión de Gremios de la Producción (UGP), codo a codo con los ganaderos. Aquí entran en juego intereses transnacionales, como los de Cargill y Monsanto, asociados a aquellos de las oligarquías nacional y regional, interesados en la producción y comercialización de *commodities*. Estos son los empresarios más versátiles, que se adaptan rápidamente a las exigencias de los mercados internacionales, muchos de los cuales provienen del Brasil. En muchos casos, sus riquezas son también mal habidas, ya que obtienen enormes porciones de tierra sin ser sujetos de la Reforma Agraria, y para seguir creciendo no tienen escrúpulos en intoxicar o violentar directamente a las comunidades campesinas e indígenas en sus territorios ancestrales (Palau et al, 2007). Cabe mencionar que, según consta en algunos registros, Héctor Cristaldo, presidente de la Unión de Gremios de la Producción, es director de Inmobiliaria del Este S.A., uno de los negocios más importantes de Aldo Zuccolillo. Vinculadas con este sector, están las empresas

transnacionales, como por ejemplo Cargill, que está embarcada en la construcción del puerto granelero más grande del país, en una propiedad perteneciente a la familia Zuccolillo. Por más que las instalaciones de este tipo son sumamente contaminantes, su construcción se realiza a menos de 500 metros, aguas arriba, de las tomas de agua que abastecen a más de 1.100.000 consumidores, sobre el río Paraguay. El diario ha defendido insistentemente el emprendimiento, asegurando que la inversión extranjera traerá enormes beneficios y que la contaminación de las aguas no será un problema. Durante los gobiernos anteriores se han concedido, de manera fraudulenta, todas las licencias necesarias para el emprendimiento. Monsanto, por su parte, financia pasantías de periodistas del diario en su sede central de Saint Louis, para promocionar su biotecnología².

Características e impacto del diario ABC Color

El diario ABC Color reúne al equipo periodístico más especializado del país. Con una salida cotidiana que varía entre los 30.000 y los 60.000 ejemplares, es el de mayor tirada en el territorio paraguayo. Si bien la cifra no es alta (1% de la población nacional), cabe aclarar que existe en Paraguay una bajísima cultura de lectura, razón por la cual gran parte del mercado de lectores es hegemonizado por este medio. Por ello, el diario tiene la capacidad de instalar permanentemente ciertos temas en la agenda de todos los demás medios, tanto escritos, como radiales y televisivos y, no solamente en los medios, sino en las cámaras del Parlamento y la sociedad en general. De esta manera puede influir en la destitución y/o nombramiento de autoridades, en el crédito o descrédito que se da a ciertos actores sociales y políticos, puede incidir en resultados de elecciones, entre otras cosas.

Una revisión histórica del posicionamiento ideológico de ABC nos dirá que el mismo ha sido (y sigue siendo) férreo defensor de las dictaduras latinoamericanas; alineado, la mayor parte del tiempo con el dictador Stroessner, ha financiado incluso encuentros de la Liga Mundial Anticomunista, según consta en los Archivos del Terror de Paraguay. Esta actitud es visible hasta hoy. Por ejemplo, en el editorial del 18 de noviembre de 2009, el medio hace una defensa del golpe de Estado y asesinato de Salvador Allende en Chile: “... en el final Allende no pudo doblar a las fuerzas arma-

das chilenas, tradicionalmente institucionales. Los militares chilenos no eran golpistas; fue la oposición que los actos del presidente Allende provocaron en el seno de la sociedad chilena lo que finalmente impulsó el golpe militar de 1973. Igual cosa podría suceder en nuestro país si el presidente Lugo se empeña en imponer al pueblo paraguayo un modelo político autoritario, extraño a su identidad republicana, semejante al que quiso imponer en Chile Salvador Allende.”³

Los hermanos Zuccolillo han ocupado cargos públicos durante el gobierno stronista y sus empresas proveían, desde aquel entonces, bienes y servicios al Estado paraguayo. Han sido siempre bendecidos por la embajada norteamericana en Asunción, y han recibido financiamiento de la NED (National Endowment for Democracy) y la IAF (Inter American Foundation). Hasta hoy sigue siendo el brazo ideológico más potente de la derecha paraguaya, aunque tratan de maquillar su carácter decididamente faccionario, dando algún que otro espacio a la disidencia en sus páginas.

La estructura económica del Paraguay y el poder de ABC Color

Para comprender mejor cómo el grupo Zuccolillo adquiere tanto poder, es necesario hacer una breve descripción del entorno en el que se mueve. Cuatro son los grupos o más bien tipos ideales de los mismos que, en el sentido weberiano del término, detentan el poder en Paraguay. Éstos son, resumidamente: los terratenientes tradicionales (nucleados en la Asociación Rural del Paraguay); las empresas transnacionales y sus aliados locales, principalmente las empresas del agronegocio y los productores de soja⁴; la mafia del narcotráfico, el tráfico de armas y lavado de dinero (controlan enormes porciones del territorio nacional con sus propias leyes); y el grupo de los llamados “empresarios”, o empresarios que por medio de actividades corruptas adquirieron importantes fortunas (casi siempre vinculados con el partido Colorado, que les otorgó diversos tipos de privilegios). Éstos serían tipos ideales de sectores dominantes, ya que en la realidad los mismos están interrelacionados. Como se vio en las líneas precedentes, el propietario de ABC Color tendría intereses comunes con casi todos estos grupos y logra establecer, astutamente, vínculos estratégicos con ellos, convirtiéndose en su vocero principal. La fortuna ya

acumulada de Zuccolillo, sumada al enorme impacto de su medio, hace que el mismo tenga un buen margen para mover piezas en el tablero y, al mismo tiempo, que los sectores de poder busquen alianzas con él.

El grupo Vierci

El Grupo Vierci es el segundo actor más importante del escenario mediático en Paraguay (disputando ya hoy el primer lugar), y uno de los principales del ámbito empresarial. Un periódico, dos canales de televisión y tres canales de radio, se suman a las más importantes empresas de la importación y representación, procesamiento de alimentos, centros de compra, supermercados, juegos de azar, además de una inmobiliaria, producción agropecuaria, una fundación, empresas de transporte, etcétera. Miranda (2000) calculaba que la fortuna de este grupo, cuyo eje central es Antonio Vierci, rondaba en el año 1999 los 800 millones de dólares. En ese entonces, el grupo no poseía aún la mayor parte de los medios de comunicación que hoy posee, así como tampoco muchas de las empresas actualmente bajo su propiedad.

El principal negocio del grupo fue, desde sus inicios, la importación de mercaderías. El mismo crece sin sobresaltos durante la época de la dictadura, y se sospecha que su mayor fortaleza proviene de la evasión de impuestos y de algunos privilegios de exoneración impositiva que había recibido gracias a su cuñado, el General Germán Martínez, que llegó a ser Ministro de Defensa en la era stronista (<http://ea.com.py/a-j-vierci-una-fortuna-de-pacotilla/>). Actualmente el grupo funciona como una gran empresa transnacional, con sólidos tentáculos en distintos sectores de la economía, y prácticas que en mucho se asemejan a las de transnacionales de países desarrollados. Explotación laboral, políticas predatorias contra la competencia, extorsión a proveedores de bienes y servicios, serían algunas de las estrategias que estas empresas han aplicado para crecer incesantemente.

Entre muchas cosas, se puede mencionar como una de las más llamativas que, en la actualidad, el grupo Vierci tiene un control casi monopolístico del sector supermercadista en Asunción. La compra de Superseis por parte de Supermercados Stock ha significado la fusión de los dos principales competidores del sec-

tor en Asunción y consolida al grupo Vierci como el actor más importante del escenario, con capacidad de incidir en la fijación de precios de productos básicos de la canasta alimentaria en un área que abastece a alrededor de un millón de personas. Esto tiene enormes impactos en toda la economía, y en especial en la cadena alimentaria, hecho que pelagra la satisfacción de derechos humanos básicos como el de la alimentación adecuada (Pereira y Lezcano, 2010).

Telefuturo y Última Hora, los medios más representativos

El grupo Vierci recién invierte en el ámbito de la comunicación, en la década de los noventa. Aunque el alcance mediático parece mayor que el de ABC Color, por la cantidad de medios en sus manos, su relativamente reciente incursión en el sector, además de una menor capacidad de impresión, menguan su incidencia política. A diferencia de otros medios, los del Grupo Vierci tratan de mantener el principio de neutralidad, queriendo arrojar una imagen transparente, sustentada en la ética empresarial de la eficiencia. Esto los convierte en los medios más creíbles y, por tanto, más peligrosos, ya que es mucho más difícil percibir la manipulación en sus contenidos.

Los medios más influyentes de este grupo son el canal de televisión 4 Telefuturo, y el diario Última Hora. Este último tiene una tirada que ronda los 20.000 a 25.000 ejemplares diarios. Un mayor equilibrio entre los espacios destinados a mensajes de distintos sectores sociales es la estrategia perfecta para construir en el público una imagen de imparcialidad, aunque a la hora de la verdad, la tendenciosidad es inocultable. Esto es lo que ha pasado, por ejemplo, con la ley que buscaba la regulación del uso de los agrotóxicos. Última Hora es sin dudas uno de los medios que más espacio ofrecen a campesinos y campesinas para denunciar las violaciones de derechos humanos básicos que sufren cotidianamente y que tienen que ver con las fumigaciones de sojales que realizan los grandes productores. Aún así, cuando el 6 de setiembre de 2007, en la Cámara de Diputados se trató un proyecto de ley, apoyado por organizaciones campesinas, que pretendía regular en cierta medida el uso de agrotóxicos, la campaña que realizó el diario fue totalmente favorable a los intereses de los grandes terratenientes. Algunos titulares que se

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

leían esos días en Última Hora son: *Ley de plaguicidas hará perder USD 750 millones a agricultura (06/09/2007)*; *La coordinadora Agrícola prepara una nueva movilización [para exigir rechazo de ley] (27/08/2007)*; *Agricultores se manifiestan contra la ley anti agroquímicos (04/09/2007)*. Ínfimo o nulo, sin embargo, fue lo que se dijo sobre las organizaciones que apoyaban el proyecto de ley y los beneficios que la misma hubiera traído a la sociedad campesina y al medio ambiente en general.

El canal Telefuturo es el que más ha invertido en tener a los referentes del periodismo nacional y también a aquellos del arte escénico. En pocos años logró igualar y superar en audiencia a los canales más antiguos como el 9 y el 13. El trabajo de producción es muy desarrollado y se orienta a captar la atención, antes que nada, por medio del sensacionalismo, la farándula y el entretenimiento de programas enlatados. Su principal estrategia está orientada a elevar los niveles de rating. Hace poco tiempo el grupo ha puesto en marcha su segundo canal de televisión, La Tele. Esto pone en cuestión leyes nacionales que regulan el monopolio (Art. 107 de la Constitución Nacional, De la libre concurrencia) y, además, estaba previsto por el Estado que el canal 11 de aire (ocupado actualmente por el grupo) sea educativo, mientras que la mayor parte de los programas hasta hoy emitidos en horarios centrales, como se vio, son telenovelas o programas importados de entretenimiento.

Las condiciones laborales de los trabajadores de la comunicación, como en todas las empresas del grupo Vierci, y en la mayoría de los medios en Paraguay, son muy precarias. En este sentido, y si bien se refieren a todos los medios paraguayos, son reveladores los resultados de un estudio realizado por el Sindicato de Periodistas del Paraguay (SPP, 2008). Allí se muestran los niveles de precarización de las condiciones de trabajo que actualmente existen en grandes medios de comunicación para los periodistas, hecho que los mantiene en constante inseguridad y, por tanto, en la sumisión a los intereses de sus patrones. Solamente el 49% de los trabajadores encuestados tienen contratos escritos de trabajo y apenas un 9,2% cuenta con pensión jubilatoria. Éstas y otras condiciones hacen que la autocensura sea una constante, ya que el 39,1% declaró haberla practicado, en la mayoría de los casos por miedo a perder sus puestos de trabajo. Por otro lado, la censura

afectó al 58,3% de los periodistas encuestados, entre muchos otros tipos de agresión que también recibieron.

El grupo Domínguez Dibb

Luego de estos actores, nos encontramos con una serie de bloques mediáticos más pequeños que disputan el tercer lugar en cuanto a audiencia e incidencia en la agenda país. Se podría comenzar mencionando al bloque Domínguez Dibb, ya que el mismo publica dos periódicos, uno de contenido político (La Nación) y el otro netamente sensacionalista (Crónica). A los mismos se agregan dos potentes emisoras de radio (970 AM y Montecarlo FM) y todo esto vinculado a empresas de dudosa legalidad. Entre ellas, la Tabacalera Boquerón, sobre la cual existen sospechas de que se dedica a la falsificación de cigarrillos que son exportados al mercado brasileño. Su fortuna se debe a los vínculos familiares que los Domínguez Dibb tenían con el dictador Stroessner, quien les otorgaba importantes privilegios para la producción y comercialización de bienes en el país. De allí también provienen miles de hectáreas de tierra que poseen en varios Departamentos. El caso más llamativo es el de la Agroganadera Loma Verde, una propiedad ancestral de comunidades indígenas (Yakye Axa) del Chaco, a las que la familia Domínguez Dibb ha condenado al destierro. Existe incluso un dictamen de la Corte Interamericana de Derechos Humanos que obliga al Estado paraguayo a devolver esas tierras a sus dueños originales, pero hasta hoy sigue sin cumplirse. Además de estas empresas, el grupo controlaba una parte importante de los juegos de azar del país, e incursionó en el negocio de la hotelería. Resulta difícil detallar con claridad las principales actividades económicas de este grupo, pero el discurso de sus medios puede ayudar a conocer más sobre este conglomerado.

Su tendencia ideológica, es de un claro racismo y no demuestran intenciones de disimularlo. Una de las columnas firmadas por el director del diario La Nación obtuvo, en 2007, el premio al artículo más racista del año, otorgado por la organización internacional Survival a nivel mundial⁵. En el mismo se trataba a los indígenas como “animales incivilizados que debían volver al monte para no molestarnos en las ciudades con sus cochinas costumbres”. Algunos periodistas que trabajan en sus medios aseguran que durante mucho tiempo tuvieron prohibido mencionar en sus

artículos “la dictadura stronista”. De esta manera pretenden borrar de la memoria histórica, las atrocidades del período 1954-1989 y, obviamente, con ello, el origen de sus fortunas.

El grupo Wamosy

El ex presidente Juan Carlos Wamosy (1993-1998) era, según Miranda, el hombre más rico del Paraguay en 1999, con un activo de 1400 millones de dólares. Su fortuna proviene de la época de la dictadura y, principalmente, de los negociados que se hicieron durante la construcción de las represas hidroeléctricas de Itaipú y Yacyretá. Aún así, sus actividades no se limitaron a esto. Durante la transición se ha dedicado a engordar su fortuna mediante el accionar de sus empresas constructoras principalmente, aunque también con otro tipo de actividades, apoyadas casi siempre por el Estado, que tenía bajo su control. Los desvíos de fondos en el ámbito financiero y el colapso de los bancos en 1996, se dan durante el mandato presidencial.

Actualmente posee un diario de alcance importante (Popular) y dos canales de radio (Uno AM y Popular FM). El diario Popular es sensacionalista, escrito en lenguaje chabacano, pero, dado su costo reducido y su lenguaje accesible, es uno de los más leídos. Busca informar, pero sobre todo busca vender y distraer, por tanto, su incidencia política es relativamente baja. La radio UNO es de las más influyentes en amplitud modulada, y tiene alcance nacional, así como Popular FM que se ubica entre las más escuchadas.

Chena: sucesor del grupo Bo

El grupo Bo concentraba en la Red Privada de Comunicación, un canal de televisión (Canal 13), un diario (Noticias, actualmente cerrado por quiebra), y dos canales de radio (Cardinal AM y FM), al lado de incontables empresas de diversa índole. La familia Bo estaba estrechamente vinculada con el régimen stronista, y con la caída de éste, pierden mucho protagonismo. Las empresas de comunicación se venden, y actualmente quedan en manos del empresario Christian Chena. Los negocios principales del mismo tienen que ver con el eBusiness, el desarrollo de dominios de internet y de nichos para comercio por la red. Su gran capacidad en el ámbito multimedia le ha llevado a invertir en el sector de la comunicación, aunque según diversas fuentes aún no logra la

sostenibilidad económica de sus medios. Aparentemente buscan construir medios eficientes desde el punto de vista empresarial y hoy día producen una gran cantidad de programas nacionales, informativos y de entretenimiento. El grupo controla también dos importantes sitios de internet: Clasipar, el sitio web de clasificados con mayor cantidad de visitas diarias, y Paraguay.com, un diario digital de noticias.

El grupo Rubín

El Grupo Rubín, que gira alrededor del conocido y experimentado periodista Humberto Rubín, es otro de los actores que se posicionan en la esfera mediática. Además de que el mundo de la radio le pertenece en gran medida -su familia tiene por lo menos siete emisoras de radio- es uno de los íconos de la televisión paraguaya desde sus inicios. Su proceder siempre fue oportunista. Durante los primeros años de la dictadura de Stroessner, se mantuvo cercano al gobierno, hecho que según Barreto (2004) le valió premios como unas 2000 hectáreas de tierra y el lanzamiento de su radio Ñandutí, entre otras cosas. Posteriormente, ya en la etapa de decadencia del stronismo, algunas diferencias lo pusieron en abierta confrontación con el régimen, y esto le cuesta el cierre de su radio. Comienza a recibir financiamiento de entidades norteamericanas (NED, IAF, etc.) y se erige como paladín de la democracia. (Barreto, 2004).

Su experiencia y capacidad profesional lo convierten en uno de los periodistas con mayor audiencia y con enorme poder de formar opinión. En la campaña electoral pasada estuvo en evidente alianza con el partido Colorado, ya que recibía multimillonarios aportes publicitarios de las empresas del Estado, tanto en la radio como en la televisión¹. Su cercanía a la oligarquía terrateniente, es difícilmente disimulable. En octubre de 2008 se embarcó en la organización de un gran almuerzo de beneficencia en alianza con la Asociación Rural del Paraguay (ARP), en el que se cocinaron 25.000 kilos de carne, 10.000 de los cuales fueron donados por la Rural. De esta manera se jactó de haber introducido su actividad a los Guinnes como el asado más grande de la historia y de haber hecho solidaridad con entidades benéficas, ocultando el origen de las riquezas de quienes le financiaron el evento. El actuar de Rubín pasa y pasó siempre por acomodarse a los intereses de los poderosos de turno, y la estrategia le ha resultado bastante lucrativa como para hacer crecer sus medios.

El transnacional grupo Ángel González

Es relativamente reciente el ingreso al Paraguay del magnate mexicano-estadounidense de la comunicación, Ángel González, y aún así, en la actualidad ya cuenta con dos canales de televisión, entre ellos el más antiguo (1965) y de mayor cobertura (91,3% del territorio nacional): el canal 9, Sistema Nacional de Televisión Cerro Corá. El otro es el canal 5, Paravisión. Ambos tienen programaciones orientadas principalmente a la difusión de los contenidos enlatados que transmiten en otros países. Sus inversiones en Paraguay se suman a las que tiene en más de 25 canales de televisión y otros medios en República Dominicana, Ecuador, Costa Rica, Perú, México, Chile y Argentina.

Otros actores de menor impacto

Por último, entre los medios masivos con cierto impacto, se puede mencionar el canal 2 de televisión, Red Guaraní, actualmente gestionado por una secta cristiana (OBEDIRA), pero perteneciente a una organización de grandes terratenientes y productores de soja (Cámara Paraguaya de Exportadores de Cereales y Oleaginosas, CAPECO), y al grupo Clarín que posee un canal de cable (Unicanal) además de tener el monopolio de la televisión por cable en Asunción, en abierta violación nuevamente a los principios constitucionales antimonopólicos. Esta situación le ha permitido mantener precios muy elevados por el servicio, además de cobrar una irracional tarifa diferencial a quienes quieren acceder, por ejemplo, a canales públicos europeos, al mismo tiempo que se ha negado a incorporar la señal de Telesur en su grilla de canales.

Grupo Zuccolillo		
<p>Empresas</p> <p> Inmobiliaria del Este Banco Atlas Constructora Atlas Nueva Americana Shopping Mariscal López Shopping Mariano Asunción Supercentro Centro de Compras Limpio Tabacalera Pety ACISA (Chevrolet) Importadora Ancla Edificio 14 de Mayo Complejo Surubi; Urbanización Los Laureles Progreso Banco para la Vivienda Estancias </p>	<p>Medios de comunicación</p> <p> ABC Comunicaciones ABC Color ABC Digital ABC TV Digital Núcleo Personal Editorial Gráfica Mercurio Diario Vanguardia </p>	<p>Vínculos personales</p> <p> Héctor Cristaldo (representante de la UGP, la mayor nucleación de gremios de sojeros y ganaderos), director de Inmobiliaria del Este. Conrado Pappalardo (cuñado de Aldo Zuccolillo), fue jefe de ceremonial de Stroessner. Mantiene negocios con la familia. Representante de Ford en Paraguay (Tapé Rivichá) Stroessner: La familia tuvo vínculos económicos y políticos con la dictadura, desde la venta de automóviles al Estado, hasta el nombramiento en cargos públicos. Antonio Zuccolillo fue conestable del Gral. Stroessner. Lino Oviedo: Durante varios años el medio lo defendió como a un perseguido político. Wasmosy: Socio comercial en los primeros años de transición en la empresa Telsat S.A. Vierci: Francisco J. Martínez Vierci es Gerente comercial de ABC Color. J. Mendelzon: Yerno de Aldo Zuccolillo, es dueño de Unicento y otras importantes propiedades en el centro de Asunción ARP: Agroganadera Zusa S.A. es una empresa dedicada al agronegocio, creada por J. Zuccolillo y está afiliada a la Asociación Rural del Paraguay. </p>
		<p>Vínculos internacionales</p> <p> Cargill: construye el Puerto Unión en tierras de Zuccolillo en Zéballos Cué. Monsanto: capacita a periodistas del diario ABC, entre otras cosas. Secta Moon: La irregular compra de tierras por parte de la Secta fue insistentemente defendida por el diario ABC Color </p>

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Grupo Vieri			
Empresas	Medios de comunicación	Vínculos personales	Vínculos internacionales
<p>Supermercados Stock Supermercados Superseis A. J. Vieri A. J. Boston Laser Import Burguer King Talismán Compañía de Desarrollo Inmobiliario Compañía de Desarrollo Agropecuario Yerbatera Campesino Centro de distribución San Antonio Fundación Santa Librada Champs Elysées Jauampa Trading HC Collection</p> <p>Marcas: AJV MIDAS Café Belén Pastas Anita Yerba mate Campesino</p>	<p>Telefuturo (canal 4) La Tele (canal 11) Diario Última Hora Diario La gente (proyecto) Estación 40 Radio Monumental Centro Informativo Multimediales Revista TeVeO y otras Contenidos Dirigidos Artes Gráficas Radio Urbana</p>	<p>Gral. Germán Martínez (Ministro de Defensa de Stroessner) fue cuñado de Antonio Vieri, quien hizo sus negocios en base a esta relación.</p> <p>Marcos Galanti (socio fundador de Capeco , yerno de Cesar Barrientos, Ministro de Hacienda de Stroessner) es director general de Telefuturo</p> <p>Zuccolillo: a través del gerente comercial de ABC, Francisco J. Martínez Vieri, sobrino de A.J. Vieri.</p> <p>Alfredo Jaeggli: Accionista de A.J. Boston.</p> <p>Salvador Mendelzon: Accionista de Superseis junto con Vieri. Es consuegro de Zuccolillo.</p>	<p>Agencia Chile (embarques, carga y consolidación de mercaderías)</p> <p>Agencia Bolivia (importa y comercializa bebidas, licores, electrodomésticos y productos de consumo masivo de las marcas más importantes d el mundo, representando éstas en el mercado de Bolivia)</p> <p>Agencia Perú (busca ser una de las principales empresas en el rubro de distribución de licores, bebidas y alimentos en el Perú)</p> <p>BK Brasil y Uruguay (obtuvo la franquicia para locales Burguer King en San Pablo y otras ciudades)</p> <p>Oscar Bellach (Gerente de Ventas Cono Sur de Televisa); asesor de Vieri , cuyo hijo, Mirko, es gerente de Telefuturo.</p>

Grupo Dominguez Dibb			
Empresas	Medios de comunicación	Vínculos personales	Vínculos internacionales
<p>Tabacalera Boquerón Hotel Crowne Plaza Asunción Edificio Emilia Bares y Pubs (904, Kandy) Agroganadera Loma Verde Loterías y quinielas (en el pasado)</p>	<p>Diario La Nación Diario Crónica Radio 970 AM Radio Montecarlo FM Revista Cartelera</p>	<p>Strossner: ODD Fue cuñado de Graciela Strossner. HDD (Hermano de ODD) fue esposo de Graciela Strossner, hija del Gral. Familia Scavone : Astrid Dominguez (Hija de ODD) es gerente del Crowne Plaza y está casada con Vicente Scavone, familiarmente relacionado con laboratorios Lasca, Catedral, Éticos.</p>	<p>Alejandro Dominguez es delegado paraguayo ante la Sociedad Interamericana de Prensa. Tiene un convenio con Wall Street Journal para publicaciones.</p>

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Grupo Wamosy			
Empresas	Medios de comunicación	Vínculos personales	Vínculos internacionales
<p>Conempa: Consorcio de Empresas Paraguayas que monopolizó los trabajos de construcción de la represa de Itaipú del lado paraguayo.</p> <p>Consorcio de Ingeniería Electromecánica (CIE)</p> <p>Ecomipa S.A.: Empresa Constructora Minera Paraguaya.</p> <p>Tape Porá</p> <p>Estancia Santa Teresa (decenas de miles de hectáreas de tierra con producción de ganado, y moderna infra estructura de caminos y pista de aterrizaje)</p>	<p>Diario Popular</p> <p>Radio UNO AM</p> <p>Radio Popular FM</p>	<p>Stroessner: los privilegios para la construcción de Itaipú fueron obtenidos en época de la dictadura.</p> <p>Zuccolillo. Socio comercial en los primeros años de la transición (Telsat S. A.)</p> <p>Jorge Escobar, empresario de Mepshow, dedicado a juegos de azar y quiniela, habría contratado a un hijo de J. C. Wamosy para gestionar el sistema de apuestas. El grupo Wamosy tendría acciones en dicha empresa.</p>	

Medios alternativos: una mirada de pequeñas islas

Para completar el mapa de los medios de comunicación en Paraguay, se debe mencionar a aquellos alternativos o comunitarios. En el ámbito de la televisión no existen medios comunitarios, ya que se necesitan importantes inversiones y no hay aún legislación desarrollada para la TV comunitaria.

El ámbito de las radios es el más conocido por las organizaciones sociales, aunque las radios comunitarias han sido constantemente perseguidas por casi todos los gobiernos desde hace tiempo. Existen asociaciones de radios comunitarias que aglutinan a centenares de medios de distintos puntos del país y buscan desarrollar un trabajo en red (Comunica, Voces Paraguay). También existen radios de mediano alcance que hasta hoy escapan de la lógica netamente mercantil. Fe y Alegría, Radio Rebelde, Radio Viva, son algunas de ellas. Radio Fe y Alegría junto con Cáritas (de la Conferencia Episcopal Paraguaya) forman parte de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). La radio es quizás el medio más democrático en Paraguay, pero el impacto político de ésta, a nivel de los centros del poder político, no es comparable con el de medios impresos o televisivos. Lo que sí se puede destacar es que en el campo, las radios tienen un trabajo mucho más procesual, incluso de educación formal, informal y no formal.

En cuanto a periódicos alternativos, se han hecho varios intentos. El último más interesante es el que ha surgido de una cooperativa de comunicadores sociales (AtyCom), llamado E'a. Sus artículos informativos, de análisis, culturales y la diagramación son de alta calidad y de profundo contenido crítico. No tiene, sin embargo, una tirada regular, aunque el sitio web logró posicionarse, con buena aceptación.

La actual relación de los medios con el Estado

Los grupos mediáticos citados fueron estratégicos a la hora de posicionar a los candidatos en las pasadas elecciones presidenciales de 2008. Las relaciones fueron complejas, pero se las puede sintetizar para demostrar el modo en que han incidido en la victoria electoral de Fernando Lugo y para comprender mejor las actuales relaciones.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

En primer lugar, hay que mencionar que en el período pre-elecciones, muchos periodistas de gran trayectoria estaban financiados por el gobierno de Duarte Frutos, ya que éste, durante los años que duró su mandato, había invertido millonarias sumas de dinero (se calculan en aproximadamente 20 millones de dólares, según diversas fuentes periodísticas) para financiar programas y/o publicidad de entidades estatales en distintos medios de comunicación. Los mismos se encontraban, pues, severamente comprometidos con la campaña electoral de la candidata oficialista, Blanca Ovelar.

Aún así, las líneas editoriales de los principales medios se mantuvieron críticas al gobierno, en cada caso por alguna razón particular. Última Hora, y el grupo Vierci, lo hacen, entre otras cosas, porque las relaciones con el Presidente de la República se habían caldeado en varias ocasiones, y éste último llegó a ofender públicamente a los magnates de la comunicación, y específicamente a Vierci, por las críticas que en sus medios se hacía hacia su gestión. El gobierno realizó, inclusive, a raíz de esto, una fugaz campaña de control de condiciones laborales en los supermercados, acción que se lanzaba como un claro desafío de Duarte Frutos, en la pulseada con el empresario Antonio Vierci. El diario La Nación, por su parte, criticaba al gobierno debido a que su propietario (Osvaldo Domínguez Dibb), estaba disputando el control del partido Colorado con Duarte Frutos. En las últimas internas habían competido cara a cara por ocupar la presidencia del partido, resultando victorioso, en una abierta violación de la Constitución Nacional, el presidente Duarte Frutos. De esta manera no sólo era presidente del país, sino también de su partido, aunque pide permiso y pone a un suplente mientras dura su mandato nacional. Denunciando estas irregularidades, Domínguez Dibb logra posicionarse más tarde, por la vía judicial, en la presidencia del partido. Así como con Vierci, numerosos altercados con la dirigencia del partido Colorado hicieron que Zuccolillo opte por cruzar la vereda y disparar a mansalva contra el gobierno de Duarte Frutos. Una de las disputas más notorias fue la que tuvo ABC con el senador oficialista Juan C. Galaverna, quien denunció al medio por difamación y calumnia, y en juicio se resolvió obligar al señor Aldo Zuccolillo a pagar, entre multas e indemnizaciones, un total de 276.698 dólares americanos. Si bien la denuncia se inicia en el año 1998, el juicio recién llega a su fin en 2005, cuando

el partido Colorado y, en medio de éste, el influyente senador Galaverna, tenían un Poder Judicial construido a su medida.

Los principales medios escritos de prensa pertenecientes a los grupos más influyentes estaban, pues, totalmente en contra, o por lo menos de espaldas a la candidatura oficialista de Blanca Ovelar. Otro de los candidatos en pugna por la presidencia era el general retirado Lino Oviedo. Sus conocidos antecedentes, probablemente, hicieron que Última Hora, no apostara por él. Las buenas relaciones entre ABC y Oviedo terminaron de un día para otro, unos meses antes de las elecciones presidenciales del 2008 y nunca se supieron los motivos, así como tampoco se llegaron a conocer en detalle los intereses que los habían mantenido unidos.

Es posible que Zuccolillo haya optado por negociar con Lugo el apoyo a su candidatura y blanquear de esta manera su muy estropeada imagen. Lo concreto es que ABC apoyó decididamente la candidatura de Lugo, hecho que facilitó enormemente, y quizás hasta se pueda afirmar que posibilitó, la victoria electoral de éste. El diario Última Hora se mantuvo en posición de ataque hacia el gobierno y, como siempre, hacia Oviedo, y aunque no apoyó tan decididamente la candidatura de Lugo, terminó inclinando la balanza a favor de él. Por su parte, el diario La Nación se mantuvo crítico hacia los tres candidatos principales.

Una de las primeras actitudes que se notó en Lugo luego de la victoria electoral, fue la de un descomedido condescendiente con los periodistas y directores de medios de prensa. Esto se percibió desde las charlas informales, fuera de su residencia, hasta los encuentros con los dueños de medios organizados por el gobierno, o su discurso ante la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) en marzo de 2009 que iniciaba así: “Quiero en primer lugar, expresar mis saludos a los señores y señoras miembros de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) aquí reunidos. Valoro la intensidad del esfuerzo que cotidianamente realizan a favor de sus ideales de preservar las condiciones para que el desempeño de la comunicación social se desarrolle en un marco de legalidad, legitimidad y fundamentalmente de libertad²⁷”.

Parecía, por un lado, que el Presidente estaba tratando de pagar sus compromisos preelectorales, y por otro, que había aprendido la lección que habían dado a su predecesor los dueños de medios:

que sin una alianza con ellos, el fracaso de sus proyectos sería inminente.

Lo importante es resaltar que el 15 de agosto de 2008 se produjo, por primera vez en la historia del Paraguay, un traspaso de mando presidencial pacífico entre partidos distintos, como resultado de un proceso electoral. La trascendencia de este hecho histórico fue resaltada no sólo por los medios de prensa locales, sino por toda la prensa internacional. En casi toda la sociedad paraguaya se era consciente de que, más allá de los ganadores y perdedores de las elecciones, se estaba dando un paso importante para la consolidación de la democracia en el país. Con el correr de los días, las acciones reales del nuevo gobierno y las informaciones de los medios de comunicación, fueron cambiando, como era de esperarse.

Llama la atención que las primeras y más grandes rupturas de relaciones entre los medios y el gobierno, se dan por los conflictos en el campo, a partir del inicio del período de siembra de la soja, a fines de setiembre de 2008. Esto era previsible, ya que una de las principales promesas electorales de Lugo había sido la implementación de una Reforma Agraria Integral, propuesta que directamente confronta con los intereses de los dueños de medios, ya que pone en cuestión el control estratégico de las tierras y el agronegocio.

De hecho, se notó que hasta los más débiles intentos por avanzar con la Reforma Agraria fueron duramente atacados por los principales medios. En casi todo momento, frente a las presiones de la prensa, el gobierno mostró debilidad, retrocediendo el camino andado, para ajustarse a los intereses empresariales. Esta debilidad le sacó gran parte del apoyo popular que tuvo al principio –el único apoyo real que podía tener para implantar cambios estructurales– ya que los actores sociales esperaban mayor convicción para la ejecución de los proyectos de cambio prometidos.

A medida que Lugo iba entibiando su discurso, que había iniciado con un fervoroso compromiso hacia los intereses de las clases populares (hecho que le valió el título de ser un gobierno “de izquierda”), la prensa fue adoptando posturas ideológicas más extremas y menos disimuladas que nunca. ¿O fueron justamente estas presiones de la prensa las que entibieron el discurso de Lugo

que al inicio había, por ejemplo, mencionado el “terrorismo de los agrotóxicos” en la Asamblea General de las Naciones Unidas? Entre las razones que motivan estas posturas por parte de la prensa se puede mencionar el mejor posicionamiento de los partidos y movimientos de izquierda en la arena política paraguaya. Si bien las escisiones entre éstos son muchas, y profundas, en la historia política reciente la izquierda nunca había ganado tantos espacios dentro del gobierno (a pesar de que aún son simbólicos). Lo que agrava esta situación y aterroriza a la derecha paraguaya, es el contexto regional en el que los gobiernos de izquierda se van fortaleciendo. También hay que tener en cuenta la infraestructura mediática alternativa que se está montando en América Latina, cuyos mejores representantes son Telesur, la televisión pública en Argentina o Venezuela, y los proyectos que avanzan en otros países. Si bien hasta ahora, dado el monopolio de la televisión por cable que detenta el grupo Clarín en Asunción, el canal Telesur no está disponible para una gran parte de paraguayos/as, la cadena no dejó de crecer, y se convirtió en el referente principal de información sobre el golpe en Honduras, por ejemplo. La misma CNN tomaba, en algunos momentos, las transmisiones de Telesur, que tenía información de primera mano. La expansión de un medio como éste –con sus contenidos educativos e información contrahegemónica– en Paraguay sería un golpe muy bajo para los amos de la prensa que, escudados en la libertad de expresión, monopolizan los micrófonos, las cámaras y las imprentas para imponer sus intereses.

Todo esto hace que la mayoría de los medios locales canten al unísono el coro que durante mucho tiempo compartieron con las más atroces dictaduras. El del malvado comunismo, las salvajes guerrillas y el cruel terrorismo. La técnica es la misma que utilizaron el nazismo en la segunda guerra mundial, y el gobierno de los EEUU desde el 9-11, entre otros. La propaganda del alemán Goebbels, consistió básicamente en infundir miedo en la población para que vaya a la guerra y aniquilar al adversario, lo mismo que hoy tratan de hacer ABC Color o Telefuturo con las organizaciones sociales. Pero a qué guerra se puede ir contra una raquítica izquierda paraguaya, y por qué tanta insistencia en su necesidad. Todo indica que la política antiterrorista del Pentágono trascendió las fronteras militares y se instaló fuertemente en los medios de comunicación. Hay que practicar la guerra preventiva y en ese sentido, hoy día es fundamental prevenir que quede abierto

cualquier canal que pueda comunicar a la izquierda paraguaya con algún gobierno de la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), donde sí existe una izquierda más consolidada.

Las políticas de comunicación: del prebendarismo y la censura a las políticas públicas

En la reflexión sobre los medios de comunicación paraguayos es importante destacar el rol preeminente que ha tenido la iniciativa privada, sobre todo en cuanto a las telecomunicaciones. El Estado, salvo la Radio Nacional del Paraguay creada y regulada por decreto del año 1942, se ha mantenido, al menos en cuanto a la gestión, al margen de las telecomunicaciones. Esto tiene que ver con la influencia del sistema norteamericano de administración de los medios, a diferencia de los países europeos, cuyos sistemas de telecomunicaciones nacen bajo monopolio estatal y luego evolucionan hacia un sistema combinado de propiedad pública y privada. También en Estados Unidos, a pesar de que el rol primordial de la gestión de los medios recae en el sector privado, se instala un sistema mixto, donde hoy, por ejemplo, el Public Broadcasting Service opera 348 canales de televisión.

Que el Estado no haya gestionado, sin embargo, no significa que no haya influido o interferido en el funcionamiento de los principales medios. Todos los gobiernos tuvieron estrategias de relacionamiento con los medios de comunicación, que fueron mutando de acuerdo a las circunstancias históricas. A grandes rasgos, se puede definir tres grandes estrategias comunicacionales que rigieron a partir de la segunda mitad del siglo XX, y que coinciden con los tres grandes períodos políticos de este tiempo: la dictadura, la transición gobernada por la ANR, y el gobierno de Fernando Lugo. Estos períodos y estrategias comunicacionales son resumidos a continuación:

Prebenda comunicacional y censura: durante la dictadura, como ya se vio, se aplicó una férrea política de censura, además de dar la titularidad de los medios a personas del entorno familiar o político de confianza de Stroessner. Los objetivos eran aniquilar completamente la disidencia y esconder las atrocidades cometidas por el gobierno en cuanto a Derechos Humanos. Salvo raras excepciones, todos los medios respondían a estos intereses, debido a sus vínculos con el dictador o con el Partido Colorado.

Soborno y prebenda comunicacional: los gobiernos colorados posteriores a la dictadura redujeron los niveles de censura respecto a los de la dictadura, hecho que la ciudadanía sintió como nuevos vientos para la libertad de expresión, pero a la prebenda comunicacional que siguió vigente (y que también es un tipo de censura a las voces disidentes), le añadieron la “compra de la conciencia de los periodistas” como eje central de su política.

Lo que se ha hecho desde el Estado y a nivel político en general en los últimos años, como política de comunicación, fue negociar la información con los actores de los medios, sea a nivel de negociaciones puntuales con periodistas -desde cronistas hasta formadores de opinión- o a nivel de alianzas políticas con los propietarios de los medios de comunicación. Entre los acuerdos más comunes con cronistas se tienen: el pago por el ocultamiento o la publicación de ciertas informaciones, el pago regular por servicios, invitaciones a viajes de formación/cenas/etc., la prioridad en la concesión de primicias. A los formadores de opinión, por otra parte, se les concedieron multimillonarias financiaciones por medio de la publicidad estatal, tanto es así, que una parte de los medios privados subsistió gracias a la publicidad estatal. A estas operaciones pueden subyacer acuerdos tácitos o implícitos con los propietarios de los medios. Las millonarias compras del Estado a empresas de dueños de medios de comunicación, son otras estrategias por medio de las cuales se busca ganar el favor de la prensa.

Por otra parte, la concesión de licencias ha sido entregada según criterios económicos o de política partidaria, antes que por criterios de una política social. La prebenda comunicacional tiene su máxima expresión en el traspaso de canal 9 a Mirtha Rodríguez de Saba, en coincidencia con la asunción del General Rodríguez a la Presidencia de la República. Pero también se expresa en el control de las telecomunicaciones que hasta hace poco tiempo siguieron controladas por Víctor Bogado, o los feudos de Magdaleno Silva, o Julio Colmán, todos caudillos del Partido Colorado.

Las políticas públicas de comunicación: con la asunción del gobierno de Fernando Lugo recién se comienza a ver, desde el Estado, la necesidad de aplicar políticas públicas de comunicación. Este proceso de transición está signado por la creación de la Secretaría de Información y Comunicación para el Desarrollo

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

(SICOM), por el decreto 171 de agosto de 2008, que sustituiría, aunque con funciones más amplias, a la Secretaría de Comunicación Social creada en 1993. La misma depende directamente de la Presidencia de la República y tiene rango de ministerio.

Las políticas implementadas por la institución se enmarcan fundamentalmente en la perspectiva de la Comunicación para el Desarrollo y la construcción de Medios Públicos, además de promover un manejo más transparente de la información pública en el gobierno en general.

Según la FAO (www.fao.org) la *comunicación para el desarrollo* es un proceso social que se basa en el diálogo, en el que se usa una amplia gama de instrumentos y métodos y que está tratando de encontrar cambios a diferentes niveles, que incluyen, escuchar, establecer confianza, intercambiar conocimientos y destrezas, crear políticas, debatir y aprender, para el cambio sostenido y significativo. El proceso va más allá de la difusión de información, para facilitar la participación activa y el diálogo de las partes interesadas. Esto destaca la importancia de fomentar el conocimiento, las dimensiones culturales del desarrollo, los conocimientos locales, el aprendizaje experimental, el intercambio de información y la participación activa de la población rural y de las otras partes interesadas en la toma de decisiones.

En este sentido, la SICOM busca capacitar recursos humanos para la promoción de nuevos sistemas de comunicación comunitaria que no sólo apunten al desarrollo incluyente, sino que también promuevan el debate acerca de lo que implica el auténtico desarrollo. Con este objetivo se han creado las carreras de Comunicación para el Desarrollo en las Universidades Nacionales de Pilar, Concepción, Villarrica, Ciudad del Este e Itapúa. En la Universidad Nacional del Este también comenzará una Maestría en Comunicación para el Desarrollo, gracias a un convenio firmado con la SICOM.

También se ha fomentado la creación de redes de medios comunitarios en distintos Departamentos del país, se ha apoyado con recursos a medios alternativos, descentralizando y democratizando de alguna manera las campañas educativas. Se ha avanzado, en coordinación con la Comisión Nacional de

Telecomunicaciones (CONATEL), en la creación de un nuevo reglamento para la habilitación de radios comunitarias, que facilitaría a las organizaciones sociales el acceso a estos medios, sin embargo, no se han dado pasos sustanciales a este respecto. Se desarrollaron, por otra parte, los dos primeros Foros Nacionales de Comunicación, donde varios actores de los sectores público, privado y no gubernamental, han debatido acerca de las necesidades comunicacionales del país.

Con el objetivo de transparentar el manejo de la información y articular mejor la comunicación del Estado con la ciudadanía, se ha creado el Equipo de Comunicadores del Estado (ECOE), una instancia que reúne a todos los departamentos de prensa del Poder Ejecutivo.

En cuanto a los medios en manos del Estado, se han hecho esfuerzos para que los mismos tengan una naturaleza pública, con consejos directivos y asesores que incluyan la participación de los distintos sectores de la sociedad. Se ha dotado de mejor infraestructura a los medios existentes (cabe mencionar que Radio Nacional no tenía acceso a internet, por ejemplo) y se ha creado la Radio y Televisión Nacional del Paraguay, que amplía las funciones de la antigua Radio Nacional, y se espera que las primeras emisiones de televisión pública se realicen en 2011. Se está buscando también la creación o reconstrucción de radios en otros Departamentos del país, de manera que el alcance sea nacional. También se ha creado la agencia nacional de noticias IP Paraguay, que funciona en internet desde 2009, y se está editando el semanario impreso RedPública, con una tirada de 10.000 ejemplares gratuitamente distribuidos. Todos estos medios tienen como objetivo facilitar la comunicación directa entre el gobierno y la ciudadanía, y al mismo tiempo ofrecer espacios de expresión a actores de la sociedad civil que, por su naturaleza, quedan excluidos de los demás medios, debido a las relaciones mercantiles que los dominan.

Otra de las tareas emprendidas por la SICOM, en coordinación con CONATEL, son las negociaciones internacionales acerca de la TV Digital. Paraguay adoptará el sistema digital japonés-brasileño, y lo que se está buscando al respecto, es capacitar a técnicos locales para llevar adelante el proceso de digitalización. Si bien la digitalización ensancharía enormemente los canales disponibles

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

para la transmisión de contenidos audiovisuales, aún no se ha avanzado en las nuevas regulaciones que, en definitiva, determinarán la mayor apertura o no del espacio radioeléctrico a actores no comerciales.

El Ministerio de Educación y Cultura, por su parte, ha lanzado el canal educativo Arandú Rapé, mediante convenios con operadoras de cable. La transmisión es aún muy corta, con una teleaudiencia potencial baja debido a la poca cobertura de la TV por cable, y muchos de sus programas son enlatados. Aún así, es un paso importante hacia la construcción de medios educativos nacionales, y puede esperarse que el servicio mejore y se amplíe en los próximos años.

Desde la CONATEL se liberó el servicio de Internet, en marzo de 2009, y se está impulsando el proyecto “Paraguay 2013 conectado”, que busca promover el acceso a Internet y telefonía en el interior del país. Se pretende, mediante la realización de licitaciones, llevar el acceso a telefonía e Internet a localidades de todo el país, por medio de un subsidio a empresas que, por no ser rentable, no invertirían en la expansión de redes a dichas localidades. En una primera etapa se piensa beneficiar a 209 localidades de los Departamentos de Concepción, San Pedro, Amambay y Canindeyú. Algunos actores criticaban la falta de mecanismos de control de la ejecución real de estos proyectos, y temían que las millonarias transferencias pasen gratuitamente a los gigantes de la telefonía celular.

La expansión de los Telecentros comunitarios, y programas como el de *Una laptop por niño*, impulsados desde el Ministerio de Educación, son otras acciones tendientes a la inclusión tecnológica de niños y jóvenes del país. Aunque existen varias críticas sobre este último programa, es de esperar que el bajo acceso a Internet tenga un crecimiento aceptable en los próximos años, debido a la expansión de las redes y también como resultado de la baja de tarifas adoptada en varias ocasiones por COPACO, que ha obligado a las empresas privadas a avanzar en el mismo sentido. También COPACO, en un hecho insólito, ha adquirido la empresa privada de telefonía celular VOX en 2010, y de esta manera, una empresa estatal entra a competir en el campo de las comunicaciones inalámbricas, por lo que se puede esperar que las dinámicas de este mercado vayan cambiando.

Consideraciones finales: Medios de la dictadura, paladines de la democracia

La historia ha demostrado que ningún sistema de control monopólico de la información es beneficioso para un sistema democrático. Como resultado, en casi todos los países del mundo occidental existen actores públicos y privados que tienen medios de comunicación a su disposición. Aún así, en estos países persisten niveles elevados de concentración, y los medios públicos pueden ser utilizados con fines particulares de las facciones que obtienen el poder. Esto ha llevado a experimentar nuevos caminos como el de la ley argentina de telecomunicaciones, que parte el espacio radioeléctrico en tres partes iguales, cada una destinada a actores públicos, actores privados con fines de lucro, y actores privados sin fines de lucro.

En el Paraguay, salvo los medios propagandísticos de los gobiernos colorados, el sector empresarial ha monopolizado el control de los medios de comunicación y los ha utilizado para defender sus distintos intereses políticos y económicos. A esto hay que sumar que los actores del mundo empresarial son los mismos que surgieron o crecieron bajo el amparo del dictador, razón por la cual sus discursos no difieren en mucho de aquellos oficiales que se daban en la época del Plan Cóndor. Estos medios, que nacen en la lógica del autoritarismo y la represión, son los que hoy se autoproclaman paladines de la democracia, y forman un verdadero “cártel de la libre expresión”. Un cártel que lucha por conservar el control monopólico del sector, un cártel que busca impedir que se discutan políticas o leyes tendientes a la democratización de las comunicaciones, un cártel que, en definitiva, en base a acuerdos tácitos o explícitos, busca acallar toda disidencia para evitar que su propio poder erosione.

Los esfuerzos que viene haciendo el actual gobierno son apenas tímidos pasos en la democratización de las comunicaciones. Aún falta mucho camino por recorrer. Ayer era la dictadura la que, en definitiva, permitía la apertura o imponía el cierre de un medio determinado. Hoy esta función la cumple un omnipotente mercado, legal o ilegalmente (en el caso de la obtención fraudulenta de licencias u otros ilícitos), en el que los peces gordos (que en su mayoría deben las bases de su fortuna a la dictadura)

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

son los únicos que tienen probabilidades de sobrevivir. Esto pasa, no sólo a nivel de medios de comunicación, sino en todas las esferas de la economía. El poder material y el poder simbólico, en manos de los herederos de Stroessner, como bien lo expone Méndez Grimaldi (2007).

¹ A pesar de que muchos de estos medios tienen alcance nacional, en este estudio se consideran los principales medios de comunicación que operan desde Asunción. Esta selección se debe a las posibilidades metodológicas que se han tenido, pero es fácilmente justificable desde lo teórico, ya que son los medios que mayor impacto tienen en la construcción de las agendas política, mediática y social porque tienen el público más numeroso y cercano al centro geográfico del poder. Tampoco se han considerado medios fundamentalmente de entretenimiento, como las revistas semanales o mensuales, ya que es poco lo que inciden en las agendas mencionadas.

² Es uno de los latifundios que surgen luego de la guerra de 1870 y que perdura hasta la década de 1990. Dentro del latifundio se instala una fábrica de tanino y, alrededor de la fábrica, un poblado urbano que se convierte en municipio. Al pasar a manos de la Secta Moon, se venden las tierras con sus pobladores dentro, con todas sus propiedades, incluyendo sus casas y hasta el predio de la iglesia.

³ <http://archivo.abc.com.py/2008-08-25/articulos/444656>

⁴ <http://www.abc.com.py/2009/11/18/nota/47908-Sucia-maniobra-bolivariana-que-perjudica-a-las-Fuerzas-Armadas/>

⁵ Una buena descripción de estos primeros dos grupos puede encontrarse en Rojas, Luis 2008 Los actores del agronegocio en Paraguay, Asunción: BASE IS.

⁶ Ver noticia en: <http://www.survival.es/noticias/3155> (último ingreso, 25 de octubre de 2008)

⁷ [http://www.ultimahora.com/notas/11009-\"La-informaci%C3%B3n-sobre-la-publicidad-fue-deshonesta\"](http://www.ultimahora.com/notas/11009-\)

⁸ http://www.sipiapa.org/v4/index.php?page=det_resolucion&asamblea=22&resid=321&idioma=us

CAPÍTULO 3
Medios de comunicación y
discurso político ciudadano

Medios de comunicación y discurso político ciudadano

En el capítulo anterior se analizó la estructura de propiedad de los medios de comunicación, su historia y sus características, además de las dinámicas de relacionamiento entre los grupos empresariales que los controlan y su actuar político en determinadas circunstancias. Ahora es necesario comprender las dinámicas de recepción de los mensajes que operan a nivel de audiencia. Se analizarán para ello, los resultados obtenidos en los grupos focales realizados con los docentes de tres instituciones educativas de Asunción. No se busca avanzar en el desarrollo de teorías que permitan interpretar los mecanismos de absorción, negociación o rechazo de las informaciones que se reciben en los medios, sino más bien partir de éstas, para relacionarlas con las especificidades de la sociedad paraguaya, de su historia y de su cultura. En definitiva, se trata de entender cuáles son los “marcos cognitivos” (Castells, 2009) que definen un determinado tipo de consumo mediático y, en última instancia, inciden en el *discurso* y las *actitudes políticas ciudadanas*.

Caracterización de los grupos focales

Con el objetivo de comenzar a explorar las dinámicas de recepción de los productos mediáticos que operan en la audiencia paraguaya, se realizaron, en el mes de octubre de 2010, tres grupos focales en los que se debatió acerca de las principales problemáticas nacionales. Se trabajó con docentes del Nivel Medio (primero a tercer curso de la educación media) de colegios de distintos estratos socioeconómicos: un colegio privado de estrato socioeconómico alto (ESA), un colegio público de estrato

socioeconómico medio (ESM), y un colegio privado subvencionado de estrato socioeconómico bajo (ESB). La selección de los docentes como unidad de análisis tiene que ver con que es una profesión transversal a los estratos socioeconómicos, y por tanto, hasta cierto punto, homologable. La metodología de grupos focales se consideró adecuada debido a que los *discursos políticos* se dan necesariamente en una colectividad, y únicamente en ésta se pueden observar los procesos de negociación y los grados de convicción subyacentes. Se eligió trabajar con docentes del nivel medio del área de ciencias sociales, debido a que, por lo general, son referentes de una comunidad o sociedad, al tiempo que son agentes multiplicadores de ciertos conocimientos, casi siempre, traducibles a un *discurso político*.

La guía de trabajo para los grupos focales fue estructurada en tres grandes bloques. El primero, la identificación de los mayores problemas nacionales; el segundo, los problemas más graves del campo paraguayo; y el tercero, una evaluación de los medios de comunicación paraguayos. Los temas fueron planteados de manera abierta, como un sondeo de opiniones para consensuar los problemas más importantes del país. Tanto para la problemática nacional general, como para la problemática del campo, se inició la discusión pidiendo a los participantes que escriban en un papel el problema que consideraban más grave, de manera a evitar que la respuesta de uno influya sobre la de los demás participantes. Luego se pidió a cada participante que lea la respuesta en voz alta y explique brevemente por qué creía que el señalado era el problema más importante. Una vez que todos habían leído se trataba de llegar a consensos y definir un problema central, sobre el cual se analizaban posibles causas y soluciones. Se consideró la problemática general del país y la del campo para, de alguna manera, sondear las diferencias de percepción entre una problemática global y cercana, que afecta directamente a los participantes, y otra lejana o, por lo menos, mediada o indirecta. De esta manera se puede ver en base a qué informaciones se va construyendo el imaginario ciudadano sobre los problemas nacionales, sobre sus causas y sus posibles soluciones o, lo que en definitiva son los *discursos políticos*, y cuáles son las diferencias entre las realidades directamente percibidas y aquellas conocidas a través de canales indirectos o, por lo menos, circunstanciales. La evaluación de los medios de comunicación fue el tercer bloque de discusión de los grupos focales y, con éste, la intención fue

descubrir, concretamente, qué sabe la gente acerca de los mismos: el poder económico que está detrás, los vínculos políticos, el modo en que producen sus contenidos y, en definitiva, si se lograba conectar los problemas mencionados en los bloques anteriores, con los discursos de los medios. En el presente capítulo se hace una síntesis de los principales resultados obtenidos.

Todos los grupos focales fueron realizados en los colegios donde trabajan los docentes, durante las horas libres. No obstante, en el colegio de ESB, se notaba el cansancio, y las pocas ganas de discutir acerca de los temas planteados. Evidentemente, un nivel inferior de remuneración por las horas cátedra hace que el docente tenga que trabajar más para subsistir, ya sea aumentando sus horas de trabajo remunerado o dedicándose a tareas del hogar. Esta actitud se tradujo en los discursos, poco inspirados, ya que quizás les interesaba más resolver los problemas de su día a día antes que ocuparse de la problemática nacional. No obstante, finalmente se logró una discusión satisfactoria que permite llegar a ciertas conclusiones. En este estrato, a diferencia de los demás, los discursos tienden a partir de la realidad inmediata, de los problemas de la cotidianidad. Las comparaciones se hacen siempre mencionando situaciones vividas en el barrio o en la escuela. Los problemas nacionales son los problemas vistos o experimentados en el entorno y están marcados por la difícil situación económica que se vive. La abstracción es limitada. Todo parte de lo anecdótico. Cuando se pregunta sobre la realidad del campo, quienes no conocen esta realidad, no se animan a dar un juicio. Escuchan a los compañeros/as y pueden tener tímidas intervenciones, pero no están en grado de defender posturas. Es poco lo que se recurre a lo que se ve en las noticias sobre el campo. Probablemente el tema no despierta interés. Se lo considera muy lejano, muy ajeno a la propia realidad. Los principales medios de comunicación utilizados para informarse son la televisión y los diarios. Casi todos ven los noticieros televisivos de la noche y compran los diarios, sobre todo los días en que salen los suplementos escolares.

El debate más encendido fue el que se dio en el colegio ESM. A pesar de que los discursos se fundan también principalmente en la experiencia, el interés de lanzar hipótesis generales sobre la problemática nacional y rural es mayor. Se valoran casi siempre las informaciones “calificadas”, es decir, aquellas que circulan por canales preferenciales a los que no todos tienen acceso. Si bien

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

existe una mayor conciencia sobre los intereses que están detrás de los medios, se menciona con más frecuencia lo que en ellos aparece. En este grupo se dieron las posturas más dispares respecto al tema rural y el mayor consenso en torno a la problemática nacional general. Casi todos conocían el campo a partir de experiencias vividas ya que varias personas eran oriundas del sector rural, y otras habían trabajado en este sector. Las principales fuentes de información de los participantes son los diarios y, sobre todo, las radios AM.

En el colegio ESA, al definir los problemas nacionales, se vuelve a la realidad más inmediata. Esto tiene que ver con las mayores exigencias de profesionalización que rigen en este entorno. Los problemas más importantes de la sociedad que mencionan, tanto urbana como rural, son fundamentalmente educativos. Son las prácticas escolares de la experiencia cotidiana las que ponen en el centro de la cuestión estos problemas. Y lo educativo tiene que ver, sobre todo, con lo pedagógico. Son los métodos los que están fallando, no los contenidos. Las principales fuentes de información son los medios escritos, tanto impresos como digitales, y la televisión.

A pesar de que los temas planteados despertaban interés en los participantes, salvo excepciones, en todos los grupos se notó cierta apatía. Se expresaban las propias convicciones, pero ante posturas dispares o incongruentes, no se trataba de justificar y hacer valer el propio punto de vista. En el fondo, este puede ser un indicador de lo artificial que se sentía el debate, pero también lo es de una escasa motivación política.

La corrupción, problema más preocupante

El problema nacional más mencionado en los grupos focales fue, sin dudas, la corrupción. La corrupción es un mal que afecta a todos los estratos de la sociedad, desde aquellos de poder hasta aquellos sumidos en la más dura miseria. Principalmente la corrupción está en los políticos, pero las experiencias más mencionadas son aquellas que se ven cotidianamente: la del *contrabandista hormiga*, la del policía que cobra coimas, etc. Es importante mencionar que durante los días en que se realizaron los grupos focales habían aparecido en espacios destacados de los medios impresos, titulares que reportaban el informe de Transparencia Internacional sobre la corrupción en el mundo, situando a Para-

guay como el segundo país más corrupto de América. *Paraguay no demostró capacidad para controlar la corrupción; Paraguay, segundo país más corrupto de América, según Transparencia; Corrupción es un problema que arrastra el país, dicen; Paraguay no mejora y sigue entre los países más corruptos, según nuevo informe de TI; Paraguay sigue en la lista negra de los más corruptos del planeta; Aylde ve avances en el combate de la corrupción*, son titulares que se leían en los diarios ABC Color y Última Hora entre el 26 y 28 de octubre de 2010. Estos titulares, incluyendo las tapas, definen siempre las agendas de otros medios, razón por la cual es de imaginar que los discursos de los participantes hayan sido influenciados por los mismos.

El problema de la corrupción, sin embargo, parece haberse emplazado con fuerza en el imaginario no solamente de la sociedad paraguaya, sino en todo el Cono Sur. Datos de una encuesta regional de IBOPE, ilustran la medida en que esto sucede. Cuando se pregunta sobre las amenazas más importantes a la democracia en la actualidad, la mayoría de las personas en todos los países responde “la corrupción”, desplazando la problemática de la desigualdad al segundo lugar, excepto en Chile, donde la prioridad entre ambas se invierte.

Amenazas más importantes a la democracia según países, en el Cono Sur

	Argentina	Bolivia	Brasil	Chile	Paraguay	Uruguay
La desigualdad	46.1	63.8	48.9	61.6	59	49.5
La falta de atención de los políticos	21	25.5	28.1	17.4	23.3	21.2
La falta de oportunidad para los jóvenes	40.9	37.7	38.4	47.6	42	39.7
La ineficiencia de políticos	19.8	22.9	33	20.3	28.8	24.5
El poder del narcotráfico	34.1	25.8	41.3	37.2	26.1	38.4
El sistema judicial	42	26.1	30.8	42.4	42.6	37.1
La corrupción	65.7	66.1	56.9	49.7	63	55.1
El consumismo	13.7	14.5	8.4	12.2	10.4	20.3

Fuente: IBOPE, 2008

En los grupos focales, cuando se habla de la corrupción, se deja ver que la misma es un problema fundamentalmente moral, como si la naturaleza del paraguayo fuera corrupta de por sí. Solamente algunas personas mencionan los factores históricos como causa de la corrupción, fundamentalmente la dictadura, pero la mayoría la vincula a problemas de valores que se dan desde la familia. Esto tiene que ver con una cosmovisión aún muy marcada por la religiosidad y los valores cristianos como se verá más adelante. La corrupción es asociada a la pobreza casi siempre, pero en una sola dirección, es decir: la corrupción genera pobreza, genera exclusión, pero la pobreza no es vista como fuente de corrupción. En pocas ocasiones se menciona la desigualdad como problema nacional, y de ninguna manera se la vincula con la corrupción.

El discurso de la corrupción

Los informes de Transparencia Internacional sobre la corrupción en el mundo son datos de percepción, que desde ningún punto de vista pueden arrojar una clasificación estadísticamente válida para comparar niveles de corrupción entre países. Transparencia Internacional no cuantifica la corrupción siguiendo ningún método empírico, sino que simplemente entrevista a actores que considera claves en un país. Los mismos dan su opinión sobre los niveles de corrupción, y en base a estas entrevistas se elaboran índices. Estas opiniones pueden estar basadas en experiencias concretas (que no son representativas de ningún universo) o en actitudes hacia el gobierno de turno. No obstante, este índice de percepción, así como lo llama la misma organización, es el más reportado en todos los medios de comunicación a nivel nacional, y su clasificación es tomada como un dato científico. Quizás sirva de algo mencionar que Transparencia Internacional es una organización financiada por varias corporaciones transnacionales, por lo que sus investigaciones podrían estar orientadas a defender los intereses de las mismas, y a ello responde también la exagerada cobertura mediática que se le da. Existen otras organizaciones que a nivel mundial han desarrollado estudios sobre corrupción y arrojan clasificaciones totalmente diferentes de los países más corruptos. Tax Justice Network (www.taxjustice.net), por ejemplo, entre los países más corruptos del mundo sitúa al Reino Unido, los Estados Unidos y Suiza, debido a sus nulos esfuerzos por combatir los paraísos fiscales. Y no hace falta un gran esfuerzo intelectual para

acusar de corrupto al conocido Bernard Madoff, que consumó el desvío de 50.000 millones de dólares en Wall Street, o al gobierno de Bush y las mentiras sobre Irak, que por defender intereses de empresas petrolíferas inició una guerra que significó la muerte de alrededor de un millón de inocentes. Estos casos son llamativamente ignorados a la hora de elaborar las listas de países corruptos.

Más allá del caso concreto de Transparencia y de los avances teóricos que hay en los estudios sobre corrupción, es interesante analizar las dinámicas de construcción del discurso y los efectos que el mismo tiene en la sociedad, ya que se puede ver una relación con los medios de comunicación. En primer lugar, y como queda demostrado en el presente estudio, la corrupción se presenta como un mal moral de la sociedad, como una imposición del destino contra la cual no hay nada que hacer, sino luchar por el cambio moral de la sociedad, desde lo religioso, desde lo familiar, quizás. En segundo lugar, la mayor parte de la corrupción está en el Estado y en la política. La empresa privada no es corrupta y es mucho más eficiente. Poco importan aquí los cárteles, las prácticas de *dumping*, la evasión de impuestos, la violación de leyes laborales y otras formas de corrupción que están principalmente en el ámbito empresarial. Este es uno de los pilares más importantes que sustenta el discurso neoliberal de la privatización de todo lo público, entre otras cosas. En tercer lugar, se relaciona la corrupción con la pobreza de manera unidireccional. No se menciona jamás que la corrupción puede ser producto de la desigualdad que existe. Los niveles de desigualdad evidentemente estimulan la corrupción, tanto en los estratos socioeconómicos bajos, como en los altos. En los bajos, porque la necesidad obliga a realizar actividades no siempre legales para sobrevivir, así sea el policía que gana una miseria y pide una coima, o el pequeño comerciante que trae productos de las fronteras sin pagar impuestos. En los altos, porque un pueblo poco formado y con acuciantes necesidades materiales no tiene ni el tiempo ni las herramientas adecuadas para ejercer el rol que la democracia necesita: el de contralor permanente de sus autoridades. Si a esto se suma el discurso que se instala sobre lo sucia que es la política y el “*mejor no te metas*” (también promovido por la dictadura), se tiene el camino allanado para saquear los recursos del pueblo, sea por las autoridades, sea por el empresariado. En cuarto lugar, los medios de comunicación, al presentar selectivamente los casos

de corrupción según sus intereses (algunos verdaderos y otros montados), se embanderan con el discurso de la transparencia, hecho que les resulta sumamente rentable en cuanto a su imagen y credibilidad frente a la ciudadanía. Esto redundará en un beneficio simbólico que le da cada vez más poder en el mundo de la política real. En quinto lugar, y como resultado, se tiene una sociedad autoflagelante, que justifica la pobreza, la desigualdad, la violencia y otros de sus males, recurriendo a argumentos como “las condiciones naturalmente perversas de la propia cultura” o la “degradación moral de la sociedad”, ignorando la dominación de unas clases sobre otras, la explotación, el saqueo de los propios recursos naturales, entre otras cosas. El discurso sobre la corrupción es, por tanto, uno de los ejes principales de la ideología que se instala, consciente o inconscientemente, por las clases dominantes, para la justificación del *status quo*. De ninguna manera se trata de decir que la misma no existe, ni que sus niveles no sean elevados, pero la manera en que es presentada en los medios de comunicación, es radicalmente distorsionada, y cumple un rol ideológico en el sentido de “falsa conciencia”.

Si bien estas son líneas generales de los discursos sobre la corrupción que aparecieron en todos los grupos focales, cabe hacer algunas distinciones que se observan entre los distintos estratos socioeconómicos. En el colegio ESB la corrupción es vista en acciones concretas, en el policía que negocia con los delincuentes, en el *contrabandista hormiga* que trae productos del otro lado del río. Aún así se mencionan con fuerza las noticias de los medios: “La corrupción es lo que engloba todo, es lo que hace que haya pobreza, y no somos gracias a Dios los primeros, pero sí los segundos”. La corrupción llega a todos los niveles de la sociedad, pero principalmente se ubica en las altas esferas del Estado. Son los políticos los más corruptos se menciona, y no se los asocia con ningún sector económico concreto. La desigualdad es vista, por una de las participantes, como desigualdad en el acceso a la justicia: “los que tienen plata no pasan por lo que tienen que pasar, todos los días tenemos ejemplos”. Muy vinculado a esto se menciona la inseguridad, ya que todo se arregla con los policías y hay impunidad. También se menciona con insistencia el problema de las drogas que tiene que ver con la corrupción en la institución policial. A pesar de que se menciona el problema de la inseguridad,

se da una *naturalización del delito violento*, ya que conviven con él. Todo esto generaría falta de trabajo porque no se quiere invertir o se cierran las empresas. Se suma a esto la corrupción de los líderes de organizaciones sociales y entre las causas de todo, se mencionan los valores morales, el rol de la familia y, en menor medida, factores históricos que tienen que ver con la dictadura. Un problema muy sufrido por el barrio es la discriminación “por ser *del bajo*”. Comentan experiencias de taxistas que no les quieren llevar hasta sus casas, ya que sólo llegan hasta la parte alta. Esto se debe a que se generaron estereotipos comunes sobre el barrio que, por lo general, lo asocian a la violencia, a la delincuencia y las drogas. Se reconoce que los problemas existen, pero también reconocen que esos problemas afectan a toda la ciudad. “*A mí me asaltaron en un barrio alto, en todas partes hay inseguridad*”, comenta una de las participantes. En ningún momento, sin embargo, se mencionan las posibles fuentes de dichos estereotipos.

En el colegio ESM, la corrupción es también mencionada como el problema principal del país, pero cuando se la analiza, se tiende a abstraer más el discurso y a mencionar, aunque siempre menos que las experiencias, las noticias que reciben de los medios. Igual o peor que la corrupción es la impunidad que hay sobre todo en los altos niveles de la pirámide social, ya que “el más corrupto tiene mayores posibilidades de quedar impune, gracias a que puede comprar la justicia”, comenta un participante. Entre las causas se mencionan factores culturales que *naturalizan* la corrupción, así como también otros valores morales que tienen que ver con la educación y la familia. Poco se mencionan los factores históricos, y lo hacen solo personas que tuvieron una formación crítica. Otros mencionan la falta de patriotismo y el consumismo inducido por los medios de comunicación. La línea lógica de análisis asocia la corrupción con el desempleo y el desempleo con la inseguridad. Con fuerza se mencionan las publicaciones de los medios sobre el informe de corrupción de Transparencia Internacional.

En el colegio ESA el problema fundamental no es la corrupción, sino la educación. Aunque también se menciona la corrupción, ésta sería producto de las fallas en los procesos educativos. El problema de la educación tiene que ver principalmente con el sistema escolar, y es más que nada, pedagógico. No se hace una

crítica sobre los contenidos de la educación, sino sobre las formas, sobre la imposibilidad de transmitir adecuadamente conocimientos y valores. “Los docentes no están capacitados para educar”, así como tampoco lo están las personas que diseñan la política educativa del país. Un profesor asegura que, en realidad, el problema vendría de la educación que se recibe en el hogar, ya que “hay una pérdida de valores, y mismo en el colegio, los profesores son rebajados por los padres que van a defender a sus hijos”, contribuyendo así a que no tengan límites. Otro menciona que existe un problema de poca valoración de lo propio: “falta amor a la patria, los que se forman van a trabajar a otro país”, introduciendo también el problema de la fuga de cerebros. Tímidamente se menciona el problema de la desigualdad y la agudización de las diferencias. Los profesores comentan que, en este momento, están aplicando una modalidad educativa que consiste en preparar a los chicos para el ingreso a la universidad durante el último año de estudio, de manera a contribuir en la formación de futuros profesionales.

La problemática del campo

Es razonable pensar que los medios de comunicación tendrán un impacto mucho mayor en los discursos interpretativos sobre el campo, ya que la realidad de este sector es únicamente accesible a varios participantes a través de éstos. Se puede mencionar, por ejemplo, lo que sucedía año a año con los sondeos del Latinobarómetro (www.latinobarometro.org) respecto a la realidad en Venezuela. Según las encuestas, uno de los presidentes peor evaluados de América Latina era Hugo Chávez, y uno de los mayores grados de disconformidad con la democracia estaba en el pueblo venezolano. Los datos, sin embargo, se referían a la evaluación de los ciudadanos de *todos los países*, excepto Venezuela, ya que los resultados internos arrojaban uno de los más altos niveles de aprobación de la gestión presidencial y de la democracia. Las abismales diferencias entre evaluaciones internas y externas son producto de una gran campaña mediática realizada a nivel planetario contra el proceso político que se desarrolla en Venezuela, ya que los medios mencionaban insistentemente los datos negativos, mientras que ocultaban los positivos. Obviamente, los medios tienen mucha más facilidad de construir realidades sobre espacios y procesos lejanos o poco conocidos, que sobre aquellos con los que la gente convive cotidianamente.

En este sentido, es de imaginar que la realidad del campo sea evaluada de manera mucho menos crítica y, por tanto, más propensa a reproducir las informaciones de los medios masivos de comunicación.

Pero ¿cuáles son las informaciones predominantes sobre el campo en los medios de comunicación? Se tomaron como muestra, las publicaciones de los tres diarios impresos entre el 6 de setiembre y el 1 de octubre de 2010 (de lunes a viernes); se clasificaron, en base a los titulares, los temas referentes al campo que más aparecieron durante ese período. Sin lugar a dudas, el tema más aparecido fue el del Ejército del Pueblo Paraguayo (EPP). Un total de 151 noticias hacían referencia a este grupo delictivo (ver Anexos) o a los trabajos que estaba haciendo el gobierno para combatirlo. De éstas, 18 apariciones se dieron en tapa, lo cual amplifica notablemente el impacto de la noticia. En la mayor parte de los titulares se utilizaron palabras que pueden producir miedo o dar la impresión de que el problema sería cada vez más grave. Alerta; desoladas por el temor; amenazas; blanco del EPP; siembran terror; planeaban secuestro; reclutan jóvenes; guerra; instan a cuidarse del EPP; atentado con explosivos; alerta en los shopping; son algunas palabras y frases que se entresacan de los titulares.

Reales o no, estos mensajes de alerta pueden llegar a tener fuertes impactos en el público, ya que juegan con uno de los sentimientos más incontrolables del ser humano: el miedo. Históricamente el miedo ha sido utilizado como un arma para emprender políticas de guerra (Chomsky, 2002; Lasswell, 1927), con resultados sorprendentes. Pero no solamente guerras contra otros países, sino también aquellas contra actores internos que representan un peligro para la estabilidad o la gobernanza (Salazar, 2010). La misma campaña de lucha contra el terrorismo emprendida por Estados Unidos a partir de 2001 tiene como una de sus bases principales la instalación del miedo en la población. Castells (2009; 231-232) afirma que:

“La administración Bush y los medios vincularon sistemáticamente la guerra contra el terror y la guerra de Irak. La guerra contra el terror y las imágenes y temas asociados con ellas ... *construyeron una red de asociaciones en la mente de la gente.*”

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Activaron la emoción más profunda del cerebro humano: el miedo a la muerte. Experimentos psicológicos realizados en varios países muestran que conectar la muerte con asuntos y acontecimientos favorece la aparición de actitudes políticas conservadoras en el cerebro. Una vez que se ha evocado la muerte, las personas se agarran a lo que tienen y a lo que creen como refugio y defensa, reafirmando de este modo los valores tradicionales, los valores probados por la historia y la experiencia colectiva. La gente se vuelve menos tolerante con la disensión y más inclinada hacia las políticas de orden público, más nacionalista, y muestra mayor respaldo a la familia patriarcal.”

Organizaciones pertenecientes a la Coordinadora de Derechos Humanos del Paraguay documentaron y denunciaron que, a partir del surgimiento del EPP y de su aparición constante en los medios de comunicación, se dieron numerosos casos de violaciones de Derechos Humanos a miembros de las organizaciones campesinas, como torturas, detenciones ilegales y ejecuciones extrajudiciales (42 denuncias fueron presentadas ante la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA en octubre de 2010). Al mismo tiempo, el temor que se generó en la ciudadanía y las organizaciones, tanto del EPP como de las persecuciones, porque cualquier persona es potencial sospechosa, disminuyó considerablemente la cantidad de movilizaciones en defensa de los propios derechos (BASE IS).

¿Cuáles son, de hecho, los delitos de los que se acusa a este grupo armado? Un resumen titulado “La historia delictiva de la banda” fue publicado por el diario Última Hora en página 4 el 28 de setiembre, y son los actos violentos que concretamente se atribuyen al EPP, a pesar de que no existen sólidas pruebas de que todos ellos estén vinculados al grupo.

LA HISTORIA DELICTIVA DE LA BANDA (Fuente: Última Hora)		
Origen: Abril de 1990. En clases de Teología UC se conocen el político Juan Arrom con el seminarista Alcides Oviedo Brítez. Así nace el proyecto de un partido político revolucionario (Patria Libre) con un brazo armado clandestino (que luego se llamaría EPP).		
Zonas de Acción: El entrenamiento de la columna guerrillera se inició a fines del 2004, con el asesoramiento de dos expertos de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), quienes permanecieron en el Paraguay clandestinamente casi un año. Uno de ellos está identificado como Orley Jurado Palomino, alias <i>Comandante Santiago</i> .		
Fecha	Lugar	Acción
Diciembre de 1997	Choré, San Pedro	La Policía los descubre cavando un túnel para robar el Banco Nacional de Fomento. Son detenidos: Alcides Oviedo, Carmen Villalba, Gilberto Setrini, Francisco Lezcano, Lucio Silva y Pedro Maciel Cardozo; condenados a dos años de cárcel.
19 de agosto de 2004	Kurusú de Hierro, Concepción	Ataque e incendio de la comisaría policial de Kurusú de Hierro, Concepción.
7 de febrero de 2006	José Félix López, Concepción	El suboficial Oscar Noceda se acerca a Gabriel Zárate Cardozo y al “guerrillero arrepentido” Rubén Darío Bernal, en un almacén de la Colonia José Félix López, Concepción, para requerirles sus cédulas de identidad. Bernal testificó que Zárate reaccionó y con una pistola ametralladora, mató al uniformado de 27 tiros.
18 de abril de 2006	Colonia Huguá Ñandú, Concepción	Ataque e incendio de la comisaría policial de Huguá Ñandú, Concepción. Osvaldo Villalba (Comandante Alexander) le grita al jefe policial: “Decile a tu Nicanor que esto recién comienza!”
6 de febrero de 2008	Yaguareté Forest, San Pedro	El comisario Dionisio Ginés y el suboficial Joel Hugo Bracho Brizuela son heridos de bala durante un enfrentamiento en la colonia Yaguareté Forest, en San Pedro, en un operativo de búsqueda de los integrantes. No hay ningún capturado.
12 de marzo de 2008	Kurusú de Hierro, Concepción	Ataque e incendio, con destrucción de maquinarias, en la estancia santa Emilia, del sojero brasileño Naborth Both, en Kurusú de Hierro. Por primera vez dejan panfletos, adoptando oficialmente el nombre de Ejército del Pueblo Paraguayo (EPP).
5 de diciembre de 2008	Azotey, Concepción	Ataque e incendio, con destrucción de tractores y maquinarias, en la estancia Santa Adelia, del sojero brasileño Luis Zenatti, en Azotey, Concepción. Es la primera acción armada durante el Gobierno de Fernando Lugo.
31 de diciembre de 2008	Tacuatí, Concepción	Ataque, incendio y robo de armas en el destacamento militar de Tacuatí, San Pedro
30 de abril de 2009	Asunción	Una limpiadora del Palacio de Justicia de Asunción halla un artefacto explosivo en el baño del edificio. Un policía lo retira y deposita en el patio. La bomba de estruendo estalló sin dejar ningún herido. Carmen Villalba y Alcides Oviedo, desde la prisión, atribuyen el atentado al EPP.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

15 de octubre de 2009	Paso Barreto, Concepción	Más de 10 miembros de la banda irrumpen en la estancia Rancho Z en Paso Barreto, Concepción, y secuestran al propietario, Fidel Zavala. El 17 de enero de 2010, el ganadero es liberado a kilómetros de su propiedad. Su familia pagó 550 mil dólares por su liberación. Actualmente hay dos procesados por el caso.
15 de octubre de 2009	Paso Barreto, Concepción	Los policías Víctor Manuel Martínez y Hugo Romero realizan una patrulla por Paso Barreto, luego de enterarse del secuestro de Zavala. En un camino vecinal, hallan una camioneta perteneciente al ganadero. Martínez abre la puerta del conductor. Una granada, preparada para explotar cuando fuera abierta la puerta, estalla. Ambos policías resultan heridos. Martínez, hasta hoy tiene secuelas graves de la explosión.
14 de abril de 2010	Agua Dulce, Alto Paraguay	Severiano Martínez, alias Marcos, un supuesto integrante del grupo que se alejó tras el secuestro de Cecilia Cubas, se enfrenta a un grupo de policías en una barrera en un camino de la zona de Agua Dulce, Alto Paraguay. El prófugo huye y deja heridos al suboficial Luis César Brítez y a Edgar Bruno, administrador de la estancia La Tormenta, perteneciente a Ricardo Trociuk.
21 de abril de 2010	Arroyito, Concepción	En una emboscada en Arroyito, Concepción, son acibillados tres peones de estancia y un suboficial. Osmar Valiente, Francisco Ramírez y Jair Revello junto al policía Joaquín Arguello patrullan la zona, investigando un hecho de abigeato. Son rociados con una balacera proveniente de la orilla del monte.
17 de junio de 2010	Kurusú de Hierro, Concepción	En un operativo conjunto, la FOPE y agentes de Antisecuestro incursionan en una zona boscosa de Kurusú de Hierro y, sin percatarse, se acercan a un campamento de la banda. Los integrantes de ésta, inmediatamente abren fuego contra los policías. Mueren los agentes Carlos Cardozo y Lilio Giménez.
10 de agosto de 2010	Kurusú de Hierro, Concepción	Cuatro hombres asesinan al dirigente campesino Florencio Núñez, en Kurusú de Hierro, por realizar permanentes denuncias en contra de la banda.
1 de setiembre de 2010	Sidepar 3000, Canindeyú	El docente Hugo Julián Ortiz es ejecutado en su chacra de Colonia Sidepar 3000, departamento de Canindeyú. De acuerdo con el testimonio de la única testigo del crimen, la esposa del profesor, Alejandro Ramos fue el que mató a Ortiz y Gabriel Zárate Cardozo le dio la orden.
Otros casos sonados		
16 de noviembre de 2001	Asunción	María Edith de Debernardi es secuestrada en Ñu Guasú. Liberada el 19 de enero de 2002 tras el pago de rescate (1 millón de dólares, según versión oficial, aunque extraoficialmente se habla de una cifra muy superior)
21 de setiembre de 2004	San Lorenzo	Cecilia Cubas Gusinky es secuestrada. Hallada muerta en una vivienda de Ñemby, el 16 de febrero de 2005, a pesar del pago de rescate (USD 300.000)
31 de julio de 2008	Tacuatí, San Pedro	Luis Lindstron, ex intendente municipal y ganadero, es secuestrado. Liberado el 12 de setiembre de 2008 tras el pago de USD 300.000 de rescate.

Como se observa en el resumen, el grupo armado dista de ser un problema generalizado en el Paraguay, como lo es en otros países,

y entre estallidos de bombas caseras e incendios de casetas policiales, los delitos más graves que han cometido son cuatro secuestros y algunos asesinatos (aunque no se ha confirmado la autoría de todos ellos). No obstante, los medios han magnificado cada uno de estos hechos, dando extensos espacios a su tratamiento y utilizando un lenguaje que, antes que informar, buscaría infundir temor, como fue visto.

A pesar de que el EPP fue el tema más tratado por los medios de comunicación en el mes de setiembre, también otros temas rurales ocuparon espacios importantes, incluso en varias portadas, en el mismo periodo. Se pueden clasificar los titulares en tres grandes temas: uno, la compra de tierras para la Reforma Agraria, especialmente el caso Teixeira; dos, los temas ambientales, que tienen que ver con transgénicos y con la deforestación; y tres, otros temas relacionados con los agronegocios, las exportaciones y la economía. A diferencia del tema EPP, éstos otros son presentados por los medios desde distintas perspectivas. Es bien sabido, por ejemplo, que el caso Teixeira fue uno de los más atacados por el diario ABC Color, mientras que otros medios dieron un tratamiento menos sesgado al tema. En cuanto a los transgénicos hubo bastante consenso en los medios, siendo que la mayor parte de las noticias u opiniones publicadas fueron favorables a la aprobación de nuevas variedades de semillas transgénicas.

Estas publicaciones se dieron en las semanas anteriores a la realización de los grupos focales y, por tanto, marcaron la agenda inmediatamente previa a los grupos focales. Pero también pueden ser tomadas como una muestra del comportamiento casi regular de los medios respecto a un tema tan sensible como el rural, en un país donde los ingresos dependen fundamentalmente del sector agropecuario, pero donde también la concentración de riquezas es exageradamente alta. En lo que sigue, se intenta analizar cuál es la relación entre estas publicaciones y el discurso de los participantes de los grupos focales.

Pobreza y abandono del Estado

A diferencia de otros países como la Argentina, por ejemplo, donde la palabra “campo” pasó a estar asociada a medianos y grandes productores de *commodities*, cuando se consulta sobre la

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

problemática de este sector en Paraguay, en todos los casos se menciona al campesinado como sujeto principal¹. Hablar de campo es hablar de campesinos, de pequeños productores, y uno de los principales problemas que se menciona con insistencia es el “abandono por parte del Estado” que tiene raíces históricas. El campesino no tiene escuelas, no tiene centros de salud, no tiene capacitación técnica, las comunidades no tienen caminos, entre otras cosas. La pobreza es, pues, el problema más grave del campo, aunque algunos participantes focalizan el discurso en la educación, como si fuera ésta la clave inicial del desarrollo rural.

Llama la atención que casi todos los juicios tienen como sustento las experiencias vividas en el campo. Ya sea porque tienen orígenes rurales, porque van frecuentemente, o porque fueron aunque sea una vez, la gran mayoría de los discursos hace referencia a lo que se pudo constatar personalmente, no así a noticias de los medios de comunicación. Es más, las personas que no conocen el campo, no se atreven a dar interpretaciones sobre sus problemas.

En ninguno de los grupos focales se menciona la problemática de las ocupaciones de tierra o la del EPP desde la perspectiva de los propietarios, así como se vio que las presentan los medios masivos. Sí se denuncia la falta de tierra para campesinos y campesinas, aunque también se elevan críticas hacia los líderes campesinos que “reciben tierras del Estado y luego negocian con ellas”. Estas críticas se fundan en una mezcla de experiencias concretas vividas y otras leídas o vistas en los medios. Más allá de unos chistes informales hechos sobre el tema EPP o de algunos comentarios de gente vinculada a personas secuestradas por el grupo, el tema no surgió espontáneamente. Débil también es la mención que se hace de los problemas ambientales, ya sea de la deforestación o la contaminación con agrotóxicos, y si surgen, son apenas problemas complementarios. Se tiene conciencia de que es un problema real, de que los agrotóxicos dañan la salud, de que no hay más bosques, pero no se percibe en el discurso una relación directa con la vida de las comunidades campesinas o indígenas.

Cuando se consulta acerca de los beneficios que traen al país los agronegocios, las respuestas son confusas. Se destacan algunas posturas radicales de gente con formación crítica o con orígenes campesinos que cuestionan todo el modelo de producción agrícola “porque destruye la naturaleza y los beneficios son sólo para ellos,

para los grandes”. La mayoría, sin embargo, no está bien informada, surgen discusiones acerca de cuánto pagan de impuestos los exportadores de soja, al tiempo que no se logra relacionar el fenómeno rural con la realidad económica del país. No obstante, prevalece una postura crítica hacia el modelo sojero de producción y, en ningún caso se hizo una defensa sólida del sector agroexportador. Todo esto entraría en contradicción con un juicio que también ha sido constante en los grupos focales: “el campesino es haragán y el extranjero trabajador”. Es decir, por un lado se victimiza al campesino porque es abandonado por el Estado en una pobreza extrema, sin las mínimas condiciones para una vida digna, pero por otro lado se lo culpa de haraganería y de “esperar todo de arriba”, poniendo también estas actitudes como causa de la propia miseria. Detrás de lo que se juzga como “haraganería” no existe conciencia de los mestizajes históricos de la cultura, ni relación con el abandono del Estado, sino que más bien es, así como la corrupción a nivel nacional, un mal moral que el destino sembró en la naturaleza del paraguayo. Estos juicios contradicen también aquellos muy mencionados discursos que buscan infundir sentimientos patrióticos como forma de superar los problemas del país, ya que, la misma persona que los elabora, critica luego al paraguayo por haragán y corrupto, y alaba la “cultura trabajadora” de los extranjeros. Hace falta patriotismo, pero hay que cambiar los valores que rigen la vida de nuestro país, es la contradictoria conclusión a la que se llegaría del análisis lógico de estos discursos.

Algunas diferencias particulares cabe mencionar entre los discursos registrados en los distintos grupos focales. En el colegio de ESB es de resaltar que muchas personas no habían estado nunca en el campo, aunque otras provenían de allí. Las personas que no conocen el campo no se atrevieron a dar opiniones sobre la situación, y si lo hacían era de manera tímida, sin muestras de convicción. Quienes más opinaban eran los que tenían conocimiento de la situación por la experiencia vivida. Se menciona, como en los otros grupos, el abandono del Estado, poniendo énfasis en la educación, sobre todo en cuanto al déficit de infraestructura, al aislamiento tecnológico y la formación pedagógica de docentes. Esto resultaría en una falta de conciencia y en la propia ignorancia que hace al campesino perder sus propios recursos y oportunidades, como cuando cambian la “mandioca por la galleta”. No solamente el Estado abandonó al campo, sino

que toda la sociedad le dio la espalda. Esto se traduce en una falta de oportunidades para los campesinos, pero contradictoriamente se asevera que “esperan todo de arriba”. Se comenta espontáneamente el problema de la migración rural-urbana y la venta de tierras en el campo, ya que este colegio se sitúa en un barrio que actualmente es receptáculo de migrantes campesinos. Algunos incluso tienen vecinos o parientes recién llegados al barrio. Se percibe esta migración de manera negativa, “ellos creen que en la ciudad van a vivir mejor, pero no es así”, comentan. Reconocen, sin embargo, que el acceso a los servicios básicos es más fácil en la ciudad al igual que otros bienes de consumo.

En el colegio ESM los participantes se atreven con más fuerza a emitir juicios sobre el campo, sea porque son de allí, porque trabajaron en proyectos rurales o porque están más atentos a las noticias de los medios. De todas maneras, los discursos se basan principalmente en la experiencia, no en los medios. Se vincula el problema del campo con cuestiones estructurales como la falta de tierras, la ausencia del Estado, la falta de mercados para los productos del campesino, la falta de trabajo. Por otro lado, se reconocen los problemas culturales que estarían en la base de toda esta situación: los líderes corruptos que negocian tierras, la ausencia de la cultura del trabajo, la poca visión de inversión del campesino y su comportamiento consumista. Basado en experiencias, uno de los participantes menciona el fenómeno del alquiler de tierras, que acostumbra al campesino a vivir de renta y no trabajar. Desde una perspectiva un poco más crítica, un participante profundiza el análisis, asegurando que todo es producto del sistema, que existe una forma cultural de trabajar del paraguay que se fue transmitiendo de generación en generación, y al insertar eso en el “mundo de la publicidad, donde las necesidades nunca se satisfacen, se produce un choque muy fuerte”. Este tipo de análisis crítico convive en la clase media con otros estereotipos, creados fundamentalmente por los medios, que también aparecen de manera implícita en los discursos, como el que divide al campesinado en dos grandes categorías: los que trabajan y los que se manifiestan. Más allá de las posturas diferentes que surgen en el grupo, en este colegio fue donde se expresaron los análisis más abstractos, basados en informaciones de fuentes distintas. Se reconoce la extranjerización como un problema (el idioma, la cultura), pero a la vez como una oportunidad de aprender de la “cultura trabajadora de los extranjeros”.

En el colegio ESA aparecen, aunque no son la regla, algunos discursos individualistas, como el que asegura que depende de cada uno crearse oportunidades para salir adelante, en contradicción con la mención de problemas estructurales como la educación, la pobreza, la falta de infraestructura, todos por ausencia del Estado. Además de la corrupción de las autoridades, que aparece con menos fuerza en este grupo, los problemas del campo se deben a la incapacidad que existe para generar políticas incluyentes. A estas hipótesis se mezclan críticas hacia los últimos gobiernos y hacia el actual, fundadas sobre todo en la escasa preparación de las autoridades. Se da también, aunque sin mucho eco, un discurso sobre la desigualdad que se agudiza en el sector rural. De la misma manera que cuando se analiza el problema nacional, el del campo tiene que ver con la educación. Por un lado se hacen críticas al sistema educativo actual, asegurando que “la educación está cada vez peor”, fundamentalmente por motivos pedagógicos. Por otro, sin embargo, existe un consenso sobre la mayor conciencia y mejor actitud que tienen los jóvenes hacia, por ejemplo, la corrupción.

El EPP: mucha propaganda

Dado que fue el tema más recurrente en los medios durante las semanas previas a la realización de los grupos focales, se indagó específicamente sobre las opiniones que tenían los participantes sobre el Ejército del Pueblo Paraguayo (EPP). De esta manera se pretendía ver hasta qué punto se reproducía el discurso de los medios en los distintos estratos socioeconómicos. En algunos grupos el tema salió espontáneamente, no como problema rural ni nacional, sino como comentario o broma. A una compañera que había ido al Departamento de San Pedro, por ejemplo, en el grupo ESB, se le acusaba en forma irónica de ser miembro del grupo armado. Más allá de que fue un comentario jocoso que no tenía intenciones reales de acusar a la persona, puede considerarse un indicador del estereotipo que se creó en los medios acerca del Departamento de San Pedro: allí están los terroristas del EPP. Los medios, pues, no sólo situaron en la agenda al EPP, sino que también crearon, a través de la repetición de sus hipótesis, asociaciones entre lugares geográficos, actores sociales y el EPP.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

No obstante, el tema despierta críticas y sospechas. En todos los grupos, de una u otra forma, cuando se preguntaba sobre lo que pensaban del EPP la respuesta era: es mucha propaganda. Con esto, algunos desacreditaban totalmente las informaciones oficiales y de la prensa, poniendo en duda incluso la existencia del grupo armado. Una participante del grupo ESM comenta: “EPP es demasiada publicidad. Parece que no hay otro tema. Para mí es mucha publicidad. A lo mejor esa persona no tenía que haber estado ahí o se le puso ahí (los asesinados del EPP). Al final la mayoría ya cree que es una burla. Le matan y luego dicen: no pero este no se murió en un enfrentamiento, a este le mataron... ni siquiera sacó una pistola de la mano..., me parece raro”. Otros, sin embargo, reconocen que es un problema real, que existe un grupo armado, pero que, de todas maneras, se lo magnifica en los medios, se le da demasiada importancia. Aparece también, pero más tímidamente, en todos los grupos, la hipótesis de que es un grupo asociado al gobierno actual.

Más allá de estas posturas generales, se encuentran también algunas contradicciones. Nadie mencionó sentirse amenazado por el EPP (los medios, y a veces el gobierno, insistieron bastante en la inminencia de ataques urbanos: el explosivo del Palacio de Justicia, las alertas en los shoppings, etc.). Más bien decían que el grupo representaría una amenaza para los sectores más adinerados de la sociedad: los estancieros, los empresarios. Aún así, cuando había que sacar conclusiones, la mayoría reconocía que era un problema grave y en expansión.

Éste fue el tema más controvertido de los grupos focales. La discusión se encendió todas las veces que se lo puso a consideración. Aunque casi todos reconocieron que el grupo es menos de lo que se presenta, existía una antipatía muy grande hacia éste y sus posturas ideológicas. Ignorar el problema sería como favorecerles, mencionaban algunos, demostrando preocupación por la simpatía que pudieran sentir los jóvenes hacia ellos, teniendo en cuenta su condición de “rebeldía natural”. Las personas que negaban la existencia del grupo o que le restaban importancia eran fuertemente criticadas por los compañeros, hasta que al final terminaban cediendo posturas.

Los participantes del grupo ESB afirman que en el campo hay distintos tipos de violencia, pero a nadie le interesa, solamente si

se trata del EPP. Otros, en base a la experiencia, contradicen esta visión, afirmando que en el campo hay mucha tranquilidad y no se llega a los niveles de violencia de las ciudades. Una de las personas que más mencionaba a los medios de comunicación como fuente, hacía hipótesis acerca de un vínculo del grupo armado con el gobierno y las relaciones con Colombia, reproduciendo así las interpretaciones de muchos medios.

En el grupo ESM, no se relaciona el tema rural o la violencia, con el EPP, de buenas a primeras. Recién cuando los facilitadores lo mencionan, se dispara la más acalorada de todas las discusiones. Todo tipo de opiniones fueron cruzadas, desde las más extremas, pasando por las más analíticas. Una persona dice: “Para mí es irreal, ficticio, montado”; y cuando se les pregunta si sienten que es una amenaza, otra inmediatamente responde: “Tal vez para un sector. Porque no sé si es creíble. Yo creo que todo es una organización de los grandes otra vez... Porque muchas cosas se crearon, así como la muerte de Argaña... Yo pienso que este nuevo gobierno implementó algo para los grandes terratenientes de ese sector ...”; a lo cual otro responde: “Yo estoy en total desacuerdo. Tal cual como estos que están en Venezuela, en Colombia.. Si no fuera por los paramilitares... En Colombia a gente de nuestro nivel socioeconómico se le secuestra”. De nuevo salen las hipótesis que los vinculan al gobierno y esta idea es secundada por otros que aseguran que el gobierno no cumplió sus promesas con ellos, y que por eso se rompió la relación. Desde una postura más analítica, otro participante dice que todo es producto de la miseria, ya que la frustración y la falta de oportunidades pueden generar este tipo de reacciones violentas y odio hacia los ricos. Algunos tratan de complementar el análisis diciendo que los pobres son vulnerables y que también les preocupa la situación de los jóvenes, ya que podrían ser manipulados por grupos de este tipo: “Usan conceptos lindos como la igualdad, como pretexto, si no se consiguen estos derechos por las buenas, entonces por las malas” y, en consonancia con algunos titulares de la prensa, concluyen: “Esto se puede ir agravando, ya están agarrando los Departamentos del norte, esto está comprobado. Hay miembros activos y pasivos que colaboran, están mimetizados en la sociedad”.

Tampoco en el grupo ESA se menciona espontáneamente al EPP, ni siquiera cuando se pregunta sobre la violencia en el campo. Más bien se relaciona la violencia a fenómenos como la publicidad

y los medios de comunicación. Cuando se indaga acerca del EPP, la mayoría menciona que son una amenaza para determinado sector de la sociedad, que a ellos no les preocupa mucho, salvo una docente que tuvo un conocido lejano secuestrado por el grupo. No se manejan muchas informaciones sobre el tema, pero vuelven a decir que “es mucha propaganda”. Se sospecha que, detrás del EPP hay políticos, quizás del mismo gobierno.

Agronegocio: críticas y desinformación

El otro gran tema del campo sobre el cual se buscó conocer las opiniones de los participantes fue el *agronegocio*. Si bien fue un tema menos presente en los medios en las semanas previas, además de ser mucho más amplio, por lo general su aparición es constante, y las líneas editoriales son bastante rígidas en cuanto a la defensa de los intereses empresariales. En casi todos los grupos focales se percibió un elevado nivel de desinformación respecto al tema, y en ningún caso las opiniones favorecieron a los actores del agronegocio. A lo sumo se daban posturas neutras. Se mencionó casi siempre la gravedad de los problemas ambientales, el modo en que se perjudica la salud de campesinos y campesinas, y los escasos beneficios económicos que trae al país, entre otras cosas.

En el grupo ESB el tema de los monocultivos es introducido por una participante que tuvo una experiencia de intercambio con docentes del área rural. Menciona la gravedad de los problemas ambientales que generan y no encuentra palabras para describir lo impresionante que son las extensiones de monocultivos. Varios de los participantes nunca habían visto esa realidad en vivo. El problema de la soja se asocia a la presencia de brasileños y al despoblamiento del campo. En cuanto a los impactos que generan los monocultivos de soja en el país, no había posturas claras. Trae ciertos beneficios, comentaban algunos, pero no se distribuyen, quedan en manos de unos pocos. Apoyando esta idea, otros mencionan que las grandes plantaciones no generan puestos de trabajo, debido a que se hace todo con maquinarias. Desde otra perspectiva, se asegura que las ganancias de las empresas se vuelven a invertir en el país y eso podría tener un impacto positivo. A raíz de esto surgió una de las discusiones más importantes, cuando alguien mencionó que los agroexportadores por lo menos pagan impuestos, argumento al cual se opusieron otros diciendo que no pagaban nada, pero nadie defendió con seguridad su

afirmación. En cuanto a los agrotóxicos, existe en todos alguna conciencia sobre el daño que ocasionan en la salud y el ambiente. Una docente comenta experiencias compartidas con docentes del campo, sobre casos de niños nacidos con malformaciones. Apoyando estos comentarios, otros mencionan noticias de los medios y vinculan el problema con la migración.

Para casi todos los docentes del colegio ESM, el agronegocio beneficia sólo a los ricos. El PIB crece pero no hay redistribución, es el discurso firme y casi unánime de los participantes. Aquí se dice con mayor certeza que los grandes exportadores no pagan impuestos. Respecto a los agrotóxicos, saben claramente que son peligrosos, que causan daños al ambiente y la salud, y que son utilizados principalmente por los grandes productores, “pero si los campesinos pudieran, los usarían de la misma manera”. Aparece con fuerza también el problema de la deforestación. No obstante, este es el grupo en el que más se valora el modo de producir y trabajar de los extranjeros, como si se hiciera una disociación entre los extranjeros y los grandes productores.

A pesar de que prevalece una visión crítica, en el colegio ESA se dieron opiniones contradictorias respecto al impacto económico de los agronegocios. Por un lado, una docente afirmaba que los extranjeros, o los que tienen más recursos, generan fuentes de trabajo, pero “los paraguayos no saben aprovechar”. Por el otro, sin embargo, se afirmaba que el ingreso de divisas producido por la venta de productos agrícolas no se distribuye en el país, y que más bien nos dedicamos a exportar productos en bruto para luego importarlos procesados. Una docente da un juicio muy severo, utilizando argumentos científicos sobre los daños que causan la soja y los agroquímicos a la salud y el ambiente, basada en conocimientos que adquirió en el transcurso de su formación académica. Todos coinciden en que estos problemas son reales, pero también dicen que el problema existe casi en igual medida entre campesinos que no quieren usar protección y grandes productores.

En casi todos los casos, el problema del campo se ve muy lejano, no se lo asocia con la vida cotidiana, con el aumento de la informalidad, de la gente en situación de calle o de la inseguridad en las ciudades. Es, más bien, un problema tangencial y no habría razones fuertes que motiven un mayor involucramiento.

Realidades y percepciones acerca de los medios de comunicación

El tercer bloque temático de los grupos focales fue acerca de los medios de comunicación. Se quiso saber qué informaciones y qué análisis los y las participantes tenían acerca de los mismos, y si encontraban alguna relación con los problemas apenas analizados. El tema, como los anteriores, se abordó desde cuestionamientos amplios como: ¿qué piensan acerca de los medios de comunicación paraguayos?; ¿a través de qué medios se informan?; ¿cuáles son los más creíbles?; entre otros. Comentarios sobre los medios ya habían surgido en los grupos focales en las etapas previas, pero se trató de no profundizar en el debate para evitar que se sesguen las opiniones posteriores.

En el colegio ESB, las fuentes de información predominantes son los noticieros nocturnos de televisión y algunos diarios. Los diarios se compran, sobre todo, los días que se publican adjuntos los suplementos escolares, ya que son útiles para las actividades curriculares del colegio. Es poco o nada lo que se informan a través de la radio, a la que más bien tienen como un medio de entretenimiento. Una participante menciona que se valora mucho aquellos medios que muestran cosas positivas, idea que luego es compartida por todos. Critican a los medios que publican solamente cosas negativas, especialmente al diario ABC Color, y los acusan de influir en que todo salga mal en el país, ya que “afecta el ánimo de la gente”. Es, por otra parte, llamativo el valor simbólico que tiene aparecer en televisión. Una docente narra, con gran decepción, cómo, por cubrir un caso de violencia que se había dado en el barrio, los periodistas de televisión no llegaron a hacer una entrevista pactada sobre un proyecto que estaba realizando el colegio. Así como en otros casos, atribuyen exclusivamente a los periodistas la capacidad de decidir qué noticias cubrir y qué no. Mencionan también, sin embargo, que los medios tienen intereses económicos, y que por lo general buscan las noticias que venden. Existe cierta conciencia sobre los diferentes enfoques de los medios y sobre la falta de veracidad. Atribuyen esto a los intereses políticos o a que “a los periodistas les mienten”. Cuando se mencionan los intereses políticos, siempre se hace de manera muy difusa. No se identifican intereses concretos, ni nombres o vínculos específicos. Una de las formas de manipulación que se mencionan, debido a la proximidad de las elecciones municipales, es la alteración de los resultados de las encuestas electorales.

En el colegio ESM el medio más utilizado y confiado es la radio AM. “Es el que más profundiza los temas, pero la veracidad de las noticias depende del periodista que está detrás del micrófono”. Al igual que en el grupo ESB, se hace una evaluación de los medios caso por caso, y son más valorados aquellos que publican noticias positivas. Aparecen aquí algunas críticas sobre el rol que cumplen los medios en la difusión de valores consumistas y la violencia. Un participante menciona explícitamente los intereses empresariales que están detrás de los medios, mencionando nombres de propietarios y empresas. Otros participantes complementan los datos. Se reconoce que los ataques constantes de ABC Color hacia el gobierno tienen que ver con intereses específicos de Zuccolillo, según comenta un docente, “porque él quería ser Ministro de Industria y Comercio”. Todos los participantes reconocen que lo importante en los medios es la información y no la opinión, sin embargo, algunos mencionan que los periodistas deben capacitarse más para “interpretar los hechos”. Cuando se pregunta sobre las causas de los problemas que hay en los medios, se apunta siempre la mirada hacia los periodistas. A ellos les falta preparación, es la conclusión unánime a la que se llega, para que mejore la calidad de la información.

Los medios digitales son los más utilizados por docentes ESA, aunque también se menciona la televisión. Se reconoce la diversidad de las versiones que circulan por los diferentes medios y se la asocia con intereses y manipulaciones que dependen de los políticos. Pero el problema está también en la audiencia que, sin educación, “no puede discriminar lo objetivo”. La solución para tener una información veraz sería confrontar los distintos medios. Los medios son, según afirman todos, detentores de un gran poder, “son un cuarto Estado”. Este poder derivaría principalmente de la venta de sus productos al público, de las ventas de publicidad. No se mencionan empresas asociadas. A pesar de que reconocen que el diario ABC Color es sumamente desconfiable, porque “responde a un sector político X”, la mayoría lo declara su fuente principal de información. No se identifica a qué sector responde el medio, pero se afirma que estos intereses varían de acuerdo a las circunstancias, a las alianzas políticas. Contradictoriamente se afirma que la sección política es aquella en la que menos se confía, por prestarse más a la manipulación, y al mismo tiempo aseguran que los medios contribuyen a demostrar la poca preparación e ineficiencia de los políticos. Se desprende de los discursos que los

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

intereses económicos del sector empresarial estarían desvinculados de los políticos, y que los intereses políticos son fundamentalmente electorales, razón por la cual los mecanismos de manipulación más importantes son aquellos que se dan con las encuestas electorales.

En líneas generales, lo que se concluye de las participaciones en los grupos focales es, por un lado, que existe una suerte de personificación de los medios en “los periodistas” y, por otro, el relacionamiento directo de los mismos con intereses económicos. A pesar de que algunas personas consideran que existen intereses empresariales y políticos detrás de los medios, el problema fundamental está en los periodistas. Son ellos los que, a criterio de la gente, definen los temas a ser tratados, o depende de ellos la calidad de la información ofrecida en algún programa. Algunos incluso sugieren que, para mejorar la programación de los medios de comunicación, hace falta “capacitar más a los periodistas”. Se desconoce pues, absolutamente, el complejo entramado de relaciones entre las empresas y los trabajadores de la comunicación. Otra cuestión que se plantea es que los medios “tienen que vender”. La mayor parte de los y las participantes relacionan los intereses económicos de los medios directamente con la venta de sus productos, sin mencionar los grupos empresariales que están detrás. Cuando se habla de intereses políticos, se menciona más que nada a los partidos y a sus caudillos, que podrían estar asociados a algún propietario de medios para manipular la información en beneficio propio.

Discursos ciudadanos: cultura política e información

Se puede afirmar, luego de analizar los grupos focales, que la mayor parte de los discursos políticos realizados por los participantes proviene de experiencias concretas del mundo inmediato, antes que de noticias o interpretaciones de los medios de comunicación. Esto coincide con estudios como el de Coleman, Morrison y Svennevig (2008: 15), quienes, también a partir de grupos focales, analizando los procesos a través de los cuales se van construyendo vínculos de confianza política, concluyen que:

“...la eficacia política depende en gran medida de las interacciones experimentadas en el mundo local. Parece ser que la eficacia

política depende de estructuras de confianza que se construyen a partir de experiencias empíricas de intervenciones efectivas. Las historias más narradas son aquellas aprendidas cerca de casa. Encuentros cotidianos con autoridades, como maestros de escuela, policías y autoridades locales, juegan un rol vital en la construcción de confianza.”

No se puede, sin embargo, ignorar u ocultar el impacto que tienen los medios sobre los discursos. En primer lugar, tienen la capacidad de instalar agenda (agenda setting), tanto en la sociedad política como en la sociedad civil. Esta capacidad es inversamente proporcional a la cantidad de medios que disputen en la esfera pública (o a la cantidad de actores que los controlan) y de ella resulta que la atención y, por tanto, la acción política se orientan hacia determinadas problemáticas sociales y no hacia otras. En el caso de los grupos focales, esto pudo verse por la facilidad con que se consensó que el principal problema nacional es la corrupción, fuertemente instalada en los medios de comunicación en aquellos días.

En segundo lugar, tienen capacidad de construir interpretaciones que dan respuesta a las inquietudes que se plantean en sus mismas agendas. No solamente se define la corrupción como problema más importante, sino que también sus causas y efectos son analizados de manera similar por todos los participantes. Así se dice, por ejemplo, que la corrupción genera pobreza, sin tener en cuenta la relación inversa que puede existir entre ambas variables. Según Entman (2007), esto se debe a que los medios operan el proceso de enmarcado (framing), que consiste en “seleccionar y resaltar algunos aspectos de los acontecimientos o asuntos y establecer relaciones entre ellos con el fin de promover una determinada interpretación, evaluación y/o solución”.

El éxito que pueden obtener los medios en la fijación de estas interpretaciones en el imaginario ciudadano, sin embargo depende, más que nada, de la predisposición que tienen las personas a ocuparse de ciertos temas, o a recibir información con ciertas características. La industria informativa, de por sí, no es la que influye de manera central en la construcción de un discurso político, sino que son más bien factores culturales y personales los que intervienen en su definición, desde su solvencia (porque motivan o no la búsqueda de información políticamente

significativa), hasta su orientación ideológica (porque predisponen a recibir con menor o mayor criticidad argumentos sustentados en ciertos principios éticos). Sustentando esta idea, Castells (2009: 212 y 232), afirma que:

“Parecería ser que las personas tienden a creer lo que quieren creer... son mucho más críticas a la hora de evaluar hechos que contradicen sus creencias que aquellos otros que respaldan lo que piensan. La selectividad sesgada de la mente crítica aparece ya en los primeros años de escolarización. Cuanta más educación tengan los ciudadanos, mejor podrán interpretar la información disponible de forma que respalde sus preferencias políticas predeterminadas...

...la información por sí misma no altera las actitudes a no ser que exista un nivel extraordinario de disonancia cognitiva. Esto es debido a que las personas seleccionan la información de acuerdo con sus marcos cognitivos...”

Son estos marcos cognitivos, resultado de entramados biológicos, culturales y vivenciales, los que orientan la percepción selectiva, los que hacen discriminar y evaluar los mensajes que se reciben y, en última instancia adoptarlos, negociarlos o rechazarlos. Al igual que los marcos cognitivos, que en gran medida dependen de la experiencia, las emociones están condicionadas cultural y biológicamente. En realidad, lo emocional y lo cognitivo son un solo marco, y la manera en que están forjados es lo que Bourdieu (1996) llamaría *hábitus*. Pero a medida que las informaciones afectan las emociones más básicas y universales del ser humano como el miedo, el asco, la sorpresa, la tristeza, la alegría o la ira, éstas tienen mayor probabilidad de ser percibidas y asimiladas acríticamente. Esto lo ha comprendido en profundidad la psicología orientada al marketing, y desde allí se ha buscado insistentemente manipular las emociones para llamar la atención y producir comportamientos adecuados hacia los productos ofrecidos. Con esta misma lógica entran los medios de comunicación a ofrecer sus programas, no solamente de entretenimiento, sino también de información. Esta forma de encarar la información ha dado origen a un nuevo concepto: el “infotemenimiento”. Mezcla de información y entretenimiento, el infotemenimiento parece haberse convertido en la regla de los principales programas informativos. No es extraño, hoy, ver en canales de televisión noticias acerca de intervenciones militares o policiales, que son editadas con efectos

de imagen y sonido tales, que recuerdan escenas de alguna película de guerra. Más allá del rating que disputa el infotainment, dentro de esta dinámica se dan las batallas políticas más masivas, que pueden inclinar definitivamente la balanza de una contienda electoral, o en un escenario de crisis. Esto no es novedoso, ya que desde siempre, en palabras de Castells, “el cerebro político fue un cerebro emocional”, más atado a la cultura y los valores tradicionales que a la fría razón. Lo que sí es novedoso es el modo en que hoy estas dinámicas de programación de los medios están impactando en el campo cultural.

Los medios no sólo “infotienen”, también entretienen puramente, también median expresiones culturales, también producen sentimientos, también son un espacio de la vida cotidiana y, en este sentido, transforman la cultura. No en vano el Pentágono invierte anualmente millonarias sumas de dinero para financiar la realización de películas y videojuegos cuyo objetivo principal es despertar sentimientos de amor a la patria, de miedo al terrorismo o de odio al mundo árabe (Forsyth, 2005). Este tipo de productos predispone a las y los ciudadanos a asumir discursos y actitudes políticas, que pueden llegar hasta la decisión de participar en una guerra. Por tanto, en tercer lugar, se puede afirmar que los medios tienen la capacidad de incidir en los patrones culturales de comportamiento y de pensamiento. Aunque grande, su poder no es absoluto, ya que en este campo se disputa con elementos culturales que llevan consigo la pesada carga de la historia y de sus estructuras sociales. Por ello tienen que mediar entre sus intereses propiamente mercantiles o políticos, y aquellos patrones culturales preexistentes. La incidencia en la cultura se convierte, necesariamente, en incidencia política, en transformaciones de la cultura política, que hoy por hoy pasa a estar ceñida a los formatos impuestos por el mercado y sus principales agentes: los medios de comunicación.

Para comprender el rol que juegan los medios de comunicación en la construcción del discurso político, es pues necesario un análisis profundo de sus dinámicas culturales. Varias teorías han sido elaboradas al respecto, desde aquellas de la Escuela de Frankfurt, que denunciaba básicamente los impactos negativos de la industria cultural, hasta los de Martín-Barbero (2003) que estudia las mediaciones que operan entre los valores culturales y las expresiones mediáticas. La presente investigación es recién una

aproximación local a estas dinámicas, que abre más preguntas que respuestas. Lo que se busca es descubrir cuáles son los elementos más importantes que definen los marcos cognitivos que reciben hoy los mensajes de la comunicación masiva, y en base a los que se construyen los discursos obtenidos en los grupos focales.

Marcos cognitivos

Se trata en este apartado de describir los principales fenómenos históricos y culturales que definen los marcos cognitivos a través de los cuales se construyen los discursos políticos de los grupos focales, en relación con la información que llega de los medios. Básicamente se han hallado cuatro grandes realidades que subyacen a las ideas planteadas: una estructura capitalista colonial; la moral cristiana; la *weltanschauung* del capitalismo industrial desarrollado; un Estado que oscila entre la presencia excesiva y la ausencia total.

Capitalismo colonial

La estructura económica paraguaya hasta hoy se basa en un modelo de producción de materias primas para la exportación, al igual que en la época de la colonización. Solamente el 16 por ciento de la población se emplea en el sector industrial según las Encuestas de Hogares, mientras que el resto trabaja en el sector agropecuario o en el de los servicios, sobre todo el comercio, donde la informalidad y el cuentapropismo son la regla.

Como resultado de esta estructura se tiene que la ausencia de una burguesía industrial fuerte, se refleja en el escaso desarrollo de una clase obrera y de un discurso que pueda cundir en las masas. La característica esencial del capitalismo burgués es la contradicción diametral entre los intereses del capitalista y aquellos de la clase obrera. A medida que se desarrolla una clase burguesa, crece también la clase trabajadora y sus posibilidades de adquirir conciencia de los propios intereses. La historia paraguaya, sin embargo, no conoció este proceso con la intensidad que tuvo en otros países de la región. Luego de los inicios de la industria nacional en el siglo XIX, la guerra de la Triple Alianza tiró por tierra todo proyecto de desarrollo nacional basado en la industria. El país vendió a los mejores postores no sólo sus territorios, sino también las licencias para el saqueo, y desde entonces se

instaló una oligarquía cuasi-feudal que sobrevivió de la extracción para la exportación y el comercio. Las grandes movilizaciones del siglo XX tienen más que ver con gremios de artesanos, campesinos, estudiantes o facciones políticas, que con obreros propiamente industriales. Paraguay terminó el siglo XX siendo un país eminentemente rural. Pero con la crisis de los recursos naturales, los campesinos y sus modos de producción no capitalistas comienzan a molestar en el campo, sus territorios son destruidos por el gran capital transnacional de la mano de la oligarquía local, y ellos son expulsados hacia las ciudades. Se da entonces un desordenado proceso de urbanización, pero a diferencia de aquellos de la Europa de principios del siglo XIX, aquí no hay industrias, ni burguesía, ni proyectos de desarrollo. Sólo mendicidad e informalidad. Se dan procesos de organización, de toma de conciencia, pero cada vez más difíciles ya que, con el paso de la historia, la burguesía global fue desarrollando métodos cada vez más sofisticados para impedir cualquier tipo de proceso social que pudiera atentar contra los principios económicos del capitalismo, casi siempre utilizando como herramienta neurálgica a los medios de comunicación. Desde *los métodos científicos para impedir huelgas* aplicados durante los años treinta en EEUU, que según Chomsky (2002) marcaron los últimos logros legislativos de la clase obrera en ese país, pasando por la industria cultural que actúa como un sedante, según denunciaba la Escuela de Frankfurt, y llegando a los dispositivos de control en los lugares de trabajo (Abal, 2004), la segunda mitad del siglo XX fue un continuo experimentar de estrategias de control de los actores sociales potencialmente riesgosos para el sistema. Esto no quiere decir que no se generen resistencias, ya que se dan diferentes procesos de movilización popular, donde el campesinado asume un rol central (quizás justamente el actor más alejado de los medios y de los dispositivos del control capitalista), y en el que los nuevos escenarios tecnológicos pueden ofrecer plataformas para la construcción de alternativas contrahegemónicas de organización social. No obstante, las estrategias de represión físicas y simbólicas, aplicadas contra el campesinado durante la dictadura, sumadas al violento y acelerado proceso de expulsión que sufren hoy, y a los elementos mencionados de la industria cultural, han debilitado y fragmentado la fuerza social de sus organizaciones.

Éstas son quizás algunas pistas históricas que pueden explicar por qué en los grupos focales es poco o nada lo que se menciona acerca

de la desigualdad, de la explotación, de los derechos del trabajador, o de las injusticias del sistema capitalista. Más bien los problemas son políticos, nacionales, tienen que ver con la forma de ser de los paraguayos y paraguayas, con su moral o con su incapacidad para ejecutar un desarrollo como el de los países del primer mundo. Un elemento significativo es que, en todos los grupos, cuando se menciona a los responsables de las problemáticas que afectan al país, se recurre inmediatamente a la categoría “los políticos”. Los políticos son los más grandes corruptos, los políticos están asociados al EPP, los medios representan a los intereses de los políticos. Con esta categoría se refieren, principalmente, a personas que ocupan altos cargos en alguno de los poderes del Estado. Lo que llama la atención es que, por lo que se deja interpretar de los discursos, existe una total disociación entre los políticos y los grupos más importantes de poder económico. Salvo raras excepciones, nadie vincula el mundo político con el mundo empresarial, con el sistema capitalista, con la dependencia económica.

Se podría preguntar también si la ausencia de medios masivos que respondan, planteen o debatan críticamente las cuestiones que atañen a las clases populares, es consecuencia de este discurso escasamente elaborado. Una demanda, aunque sea en términos económicos, debería crear una oferta, así como en Argentina, en un momento, el grupo Clarín entendió que Página 12 podía ser un negocio. En Paraguay, a no ser medios de pequeño o mediano alcance gestionados por grupos comunitarios u organizaciones de la sociedad civil, es ínfimo lo que hay, retroalimentando así la ausencia de un discurso crítico, que cuestione la organización del sistema desde sus estructuras más profundas.

La moral cristiana

Un segundo cimiento cognitivo de los discursos que se deja ver en los grupos focales es la moral cristiana. Paraguay es aún el país más católico de la región, aunque en los últimos años proliferaron sectas cristianas no católicas, y esto, como resultado arroja los niveles más altos de intolerancia a la homosexualidad, a la legalización del aborto o de algunas drogas ligeras como la marihuana (IBOPE, 2008). La asunción de Fernando Lugo como presidente puede ser vista como un indicador del nivel de confianza que existe hacia la iglesia católica, que se convirtió, a

través de un ex obispo, en la única institución capaz de derrotar el poder del Partido Colorado, invencible por más de sesenta años. En los grupos focales el discurso cristiano se deja ver, sobre todo en las críticas que se hacen a los actuales modelos de vida y a los medios de comunicación, como sus promotores. En este sentido, lo único que se cuestiona de los medios tiene que ver con “el consumismo y la violencia” que promueven. El consumismo, sin embargo, no es visto como un sistema de alienación que promueve la explotación, o como responsable de daños ecológicos, sino como un “pecado”, como una fuente de placer fácil y, por tanto, reprochable. Esto puede ser consecuencia de la moral cristiana fuertemente arraigada, ya que, como lo resume Colussi (2009), el discurso oficial de la iglesia católica inculca más miedo al placer que a la injusticia. Los valores y “la educación en la familia” son, por otra parte, puestos como causantes primeros de los problemas más importantes del país en la mayoría de los casos.

La cosmovisión capitalista

A pesar de lo subdesarrollado y anacrónico del capitalismo en Paraguay, a pesar de sus visibles resultados en cuanto a desigualdad, pobreza e inseguridad, los discursos de los grupos focales, casi en su totalidad, reflejan una asunción profunda de sus valores, de sus formas de ver el mundo, basadas en los principios de la acumulación y la competencia.

Algunos discursos se diferencian según el estrato socioeconómico, reafirmando las teorías de la *reproducción* social (Bourdieu, 1996). En el estrato socioeconómico más bajo, por ejemplo, cuando se habla de proyecciones para los estudiantes, se aspira a que se conviertan en obreros de una fábrica: “...el Estado debería invertir en la creación de fábricas para que nuestra gente pueda encontrar trabajo”, comenta una de las participantes. En el estrato medio, el ideal es ser empleado de una empresa transnacional y hacer carrera: “El Estado debe favorecer la inversión extranjera” comentan, al tiempo que un participante lamenta las oportunidades perdidas por un joven de acceder a un puesto en una gran empresa. Por su parte, en el estrato alto se busca formar a los alumnos para la universidad y que se conviertan en profesionales: “El Estado debe crear las condiciones para que la educación secundaria sea base de la universitaria. Aquí, durante el último año, preparamos a los jóvenes para el ingreso a la

universidad". Obreros, cuadros y profesionales, así se reproducen, mediante el sistema escolar, las fuerzas de trabajo que necesita el capitalismo. Así se transmiten sus valores y se instalan sus modos de vida como la única posibilidad de imaginar el mundo. Porque eso es lo que está, también, principalmente en todos los discursos, sin distinción de clase: una única manera de mejorar el vivir de la gente, basado en el modo de producción capitalista. A pesar de las críticas que pueden existir hacia, por ejemplo, la agricultura empresarial, cuando se mencionan sus daños al ambiente y a las comunidades campesinas, se mantiene firme, y aún más sólida, la valoración de la "capacidad de trabajo y producción de los extranjeros". "Los extranjeros no tienen la culpa", "ellos saben trabajar y producen", "deberíamos aprender de ellos", son afirmaciones que resumen las posturas hacia el modelo de producción de la agricultura capitalista que implementan principalmente los extranjeros en el país. Se juzga, al mismo tiempo, al campesino paraguayo como haragán y aprovechador. Una de las intervenciones que mejor sintetiza todo esto se dio en el colegio de estrato medio: "Lo que no entiendo es por qué la cultura del extranjero no se le pega al paraguayo".

Detrás de esto hay un completo desconocimiento de los procesos históricos que fueron dando origen a las distintas culturas que conviven hoy en territorio nacional, y que están siendo "reducidas" por la expansión capitalista. Y no sólo se desconocen estos procesos, sino también las culturas mismas, con sus particulares modos de ver el mundo, anclados en modos de trabajar, de producir, de reproducir y de consumir.

Este es, quizás, uno de los logros más importantes de la industria cultural capitalista. Haber instalado "el fin de la historia", el pensamiento único, haber mediado fundamentalmente en la conversión de la sociedad en un mercado. Pero sería exagerado atribuir exclusivamente a los medios este logro, ignorando quinientos años de penetración capitalista, con sus aparatos ideológicos, sin embargo es válido preguntarse ¿cómo llegaría, si no a través de ellos, un modelo de capitalismo exitoso coronado como única aspiración ética posible? Además, considerando que los participantes compran los diarios "sólo los días que salen los suplementos escolares", o que utilizan programas de televisión en sus clases, se puede intuir una alianza cada vez más fuerte entre los medios masivos y el aparato escolar, lo cual los sitúa en un

lugar privilegiado para escribir la historia, promocionar las artes y orientar las ciencias de acuerdo con sus intereses.

La facilidad que tiene la cultura capitalista para arraigar sus valores en la sociedad paraguaya tiene también que ver con la ausencia de elementos identitarios fuertes en el Estado-nación. Esta sería la razón por la cual se valora siempre más la cultura extranjera y se aspira a que ésta pueda ser adoptada por los paraguayos. En los medios de comunicación, esta dinámica es visible en la programación predominantemente enlatada, o con formatos o conductores extranjeros, que poco o nada reflejan, o median los valores de una cultura escasamente identificada. ¿Cómo se explica que en un país donde el 90 por ciento de la población habla prioritariamente el guaraní, más del 90 por ciento de la programación de los medios esté en castellano? Los largos años de sometimiento a poderes internos y externos, que tienen su inicio en la pos guerra del 70, en los que nunca se construyó, como en otros países, un proyecto nacional desde lo cultural, sea a través de los aparatos educativos o de los medios de comunicación, sino que más bien se trató de aniquilar lo autóctono, como en el caso de la lengua, pueden ayudar a explicar los fundamentos de esta realidad.

Oscilaciones del Estado: entre la represión y la ausencia

A lo mencionado anteriormente cabe añadir el rol que ha cumplido el Estado paraguayo en, por lo menos las últimas décadas de la historia. Dos son las dinámicas contradictorias que sobresalen en este sentido: la fuerte presencia de sus aparatos represivos para controlar a la disidencia; y su ausencia en cuanto a su obligación de garantizar los derechos económicos, sociales y culturales de la población en general.

No se puede borrar fácilmente del imaginario paraguayo lo que implicaron 35 años de dictadura, de persecución a los movimientos sociales y de aplacamiento de cualquier intento de participación auténtica. En los discursos de los grupos focales se da por sentado que la ciudadanía no tiene posibilidades de intervenir en el gobierno para cambiar las cosas. Cuando se critica a “los políticos”, se lo hace desde una actitud pasiva, como reconociendo que es imposible tener un control sobre ellos, como si nadie fuera responsable de que ellos ocupen los cargos que ocupan. Es quizás

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

un legado de la visión aún feudal de las relaciones sociales, en la que, como factores causantes, se entremezclan años de sometimiento a poderes autoritarios.

También, como indicador de una actitud política apática, cabe mencionar el tono de los discursos, la ausencia casi total de confrontación y de defensa de los propios puntos de vista. Aún en presencia de opiniones contrapuestas, las discusiones son pocas. Es como si a nadie interesaran los asuntos políticos, por ser ajenos a sus vidas.

Este extrañamiento ante la política puede ser explicado por la ausencia histórica de un Estado de bienestar, o por lo menos de un Estado que reconozca y garantice mínimamente ciertos derechos. A pesar de que “la ausencia del Estado” se menciona en los grupos focales, reconociendo que se espera mayor presencia del mismo, en la base de los discursos, aparecen escasamente referencias a derechos económicos o sociales de los pueblos. Si bien el Estado paraguayo, en los últimos años, no tuvo un rol proactivo en la garantía universal de los derechos básicos de las personas, sí tuvo, como mecanismos de construcción de confianza y soporte político, estrategias de distribución prebendaria de beneficios económicos. Estas formas de relacionamiento fungieron como motor de unas relaciones sociales basadas en el padrinazgo y el caudillismo, y sumado al escaso desarrollo de una clase trabajadora, colaboró a crear actitudes que permitieron la pervivencia de una política esencialmente bipartidista, totalmente ajena a los intereses populares, más bien al contrario, de tendencia fascista. En última instancia, esto podría ser lo que permite que tan naturalmente en el parlamento o los medios, se pronuncien comentarios fascistas, sin que eso genere consecuencias de ningún tipo.

Discursos de la resistencia

De lo expuesto hasta aquí se podrían obtener conclusiones bastante deterministas. Unos medios de comunicación ávidos de comerciar con la conciencia de los ciudadanos y ciudadanas, y de inducirlos a tomar particulares decisiones políticas que actúan sobre unos marcos mentales que, como resultado de la historia, forjan la cosmovisión de un adorado capitalismo colonial subdesarrollado, en el cual no existe una ética que reconoce

derechos humanos, sino que valora la pobreza en esta vida y guarda la salvación para el más allá.

Pero las resistencias existen y hacen posible estos mismos análisis. La relación entre los medios, los marcos cognitivos y las audiencias concretas, no es sencilla. Las personas tienen capacidad de resignificar los mensajes, de adecuarlos a sus necesidades y ponerlos al servicio de sus fines. Tratando de sintetizar, y sin pretender ser exhaustivos, algunos de los factores que inciden en el surgimiento de estas resistencias son: las experiencias directas de organización colectiva o, por lo menos, el conocimiento de algunas; los procesos de formación académica crítica; las rupturas en el discurso de las élites dominantes; el acceso a tecnologías interactivas y democráticas de comunicación.

Los elementos de análisis críticos de la sociedad que surgen en los discursos, en varias ocasiones se fundan en conocimientos adquiridos en procesos de formación académica, como por ejemplo un egresado de la facultad de filosofía que menciona: *“Por salud mental no veo noticieros, a parte todo lo que nos venden como información no es necesario, hay hechos que tienen que ver con la inseguridad pero venden eso para instalar el miedo. Todos los medios están a favor de la libertad de prensa en Paraguay, pero todos critican a las radios comunitarias. Hay muchas contradicciones. Los medios de información desinforman. Hay intereses detrás de los medios, intereses económicos, intereses políticos”*.

Las resistencias también tienen que ver con las organizaciones sociales, con la participación, o por lo menos la cercanía a ellas. Las docentes que mejor conocen los problemas que ocasiona la soja en el campo, habían tenido experiencias de intercambio con organizaciones sociales, y transmitían la misma desesperación que las comunidades campesinas al narrar los problemas ambientales y de salud que se generan. La percepción sobre la agricultura empresarial cambiaba radicalmente en estos casos, y también la visión sobre los líderes campesinos, muy negativa entre todos los demás participantes.

También se intuye que los quiebres en el discurso de las élites dominantes ofrecen posibilidades de que surjan interpretaciones alternativas o, al menos, diversas sobre los acontecimientos políticos. El EPP, por ejemplo, es un tema sobre el cual no se logró

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

articular un discurso único, ya que algunos señalan al gobierno como asociado del grupo, mientras que el gobierno declara que una de sus máximas prioridades es eliminarlo. De esto surgen las más diversas interpretaciones, hasta aquellas que afirman creer que todo es un invento de la gente con poder.

Por último, y no como resultado del análisis del discurso, sino más bien como un análisis de oportunidades comúnmente compartido en esferas académicas, se cree que las nuevas tecnologías como internet, cuyo alcance se espera que tenga un crecimiento acelerado en los próximos años, ofrecen plataformas medianamente sólidas para la construcción y el intercambio de formas de obrar, pensar y sentir contrahegemónicas.

¹ Con el término campesinado se refiere a pequeños productores que desarrollan principalmente actividades agropecuarias desde la familia como unidad económica.

Consideraciones finales

Se puede afirmar, en líneas generales, que el impacto de los medios de comunicación en la construcción de un *discurso político ciudadano* es menor que el que normalmente se les atribuye. Elementos culturales que tienen que ver con la historia, con sus relaciones de producción, con las formas del Estado, con otros esquemas simbólicos como la religión, influyen de manera mucho más profunda y permanente en cuanto que forjan marcos cognitivos que afectan tanto el pensamiento como las emociones, y predisponen a ciudadanos y ciudadanas a buscar información en los medios y a procesarla, como para sustentar un *discurso político*.

No obstante, los medios ganaron cada vez más fuerza en los campos económico y político-cultural. En lo económico, los medios se yerguen como uno de los actores fundamentales para la generación constante de mercados y para la legitimación de las desigualdades existentes a nivel mundial. Ellos actúan, sobre todo, como agentes empresariales que buscan transformar todas las relaciones sociales en intercambios mercantiles. Para eso apelan a despertar las emociones más básicas del ser humano y al mismo tiempo ofrecen las soluciones para superarlas o mantenerlas, ya sea a través de productos de consumo o de productos políticos. Teniendo en cuenta las dinámicas de acumulación capitalistas, la tendencia hacia una concentración de su propiedad será cada vez mayor, hecho que los posiciona en el centro neurálgico de los grupos que detentan el poder real.

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Una de las conclusiones más visibles del análisis, en coincidencia con otros autores, es que lo político es, desde sus raíces, inseparable de lo cultural. En este sentido, los medios se posicionan como actores clave del acceso al poder y de las transformaciones culturales. Como afirma Castells, hoy es impensable llegar al poder político por fuera de los medios masivos de comunicación. Éstos se convierten en el escenario privilegiado de las discusiones políticas de la sociedad, ya que son el espacio con mayor alcance potencial de audiencia. Pero, imponiendo sus formatos de programación, que ciñen todo al espectáculo basado en el personalismo y la polémica, los medios contribuyen a la consolidación del discurso del “fin de la historia”, ya que vacían a la política de su contenido ético, aniquilando las ideologías y las utopías. Contribuyen también de esta manera a una profunda transformación cultural, que desemboca en un único posible modo de imaginar el mundo.

Si bien los medios no determinan el curso de la economía, el acceso al poder, o las transformaciones culturales, lo que queda claro es que las disputas contrahegemónicas en estos tres campos, deben, necesariamente, pasar por los medios.

En Paraguay, durante las últimas décadas, en ningún momento ha habido una gran diversidad de actores que controlaron los medios masivos y, aunque en la transición democrática parecía resurgir una mayor pluralidad, la tendencia capitalista está arrastrando al sector hacia la consolidación de un pequeño oligopolio, vinculado a los grupos más importantes de poder del país. Dados los elevados niveles de concentración que se dan en la economía en general, la tendencia monopolista de los medios en Paraguay es más aguda que en otros países, y a esto cabe sumar que el origen de las fortunas de los grupos que los controlan está íntimamente ligado con la dictadura stronista. Las nuevas tecnologías de información están cambiando este mapa, pero es probable que se reproduzcan patrones de concentración, impulsados por la capacidad de procesamiento, de difusión y recepción o captación de información.

Finalmente, cabe considerar que en la construcción del *discurso político ciudadano* influyen, en los casos analizados, unos marcos mentales forjados por la historia y, fundamentalmente sus

estructuras económicas. Un capitalismo colonial dependiente, basado en la exportación de materias primas, con un Estado, en casos ausente, y en casos represor, se traduce en una ciudadanía en la que no se logra percibir, masivamente un discurso de clase, ni una conciencia cívica sobre los derechos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales. Por otro lado, la penetración de la cultura capitalista sobre la ética católica, se traduce en un discurso que tiende a individualizar las responsabilidades del progreso, y a atribuir los problemas sociales a males morales de las personas y de la propia cultura. Si bien estos discursos no tienen como origen a los medios de comunicación, los mismos tienden a reproducirlos y acentuarlos. En muchos casos surgen resistencias al discurso dominante de los medios, pero la articulación de las mismas no es aún masiva. Éstas se encuentran con el desafío de entrar a disputar, en el mismo terreno de los medios, la construcción de otra hegemonía posible.

Más que dar respuestas, quedan muchas preguntas a ser abordadas en el futuro. Preguntas que tienen que ver con lo cultural, con las formas culturales de producción y consumo de los medios de comunicación; con las formas en que es posible avanzar hacia escenarios más plurales de acceso a los medios, y en definitiva, hacia horizontes más democráticos.

ANEXOS

Anexo 1. Medios escritos por país, en Sudamérica

Argentina (Capital Federal)

Clarín
La Nación
Página 12
La Razón
La Prensa
Tiempo Argentino
El Argentino
Crónica
Diario Popular
Buenos Aires Herald
Olé
Buenos Aires Económico
Ámbito Financiero
El cronista comercial
Provincia de Buenos Aires (67 diarios)
Resto de las provincias (114 diarios)
Habitantes: 40.518.000
Un diario por cada 208.000 habitantes

Uruguay – Montevideo

El País
El Observador
Últimas Noticias
La República
La juventud
La Diaria
Otros Departamentos (30 diarios)

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Habitantes: 3.424.000
Un diario por cada 95.000 habitantes

Bolivia – La Paz

El Diario
La Razón
La Prensa
Jornada
Cambio
Extra
Página Siete
El Alteño
Otros Departamentos (20 diarios)
Habitantes: 10.426.000
Un diario por cada 372.000 habitantes

Chile – Santiago

El Mercurio
La Tercera
Las Últimas Noticias
La Cuarta
La Segunda
La Nación
Publimetro
La Hora
Ojo Noticias
Estrategia
Diario Financiero
Labrador
Otras regiones (49 diarios)
Habitantes: 17.094.000
Un diario por cada 280.000 habitantes

Perú – Lima

El Comercio
Perú 21
Correo
La República
La Razón
La Primera
Expreso
El Peruano
Diario del País

Diario 16
El Bocón
Depor
Libero
Todo Sport
Trome
Ojo
Ajá
El Popular
Extra
El Chino
El Men
Diario OE
La voz de la colonia china
Perú Shimpo
Prensa Nikkei
Gestión
Ecos
El Chaski
El Imparcial
Así
Enfoques
Otros Departamentos (56 diarios)
Habitantes: 29.885.000
Un diario por cada 343.000 habitantes

Paraguay – Asunción

ABC Color
Última Hora
La Nación
Crónica
Popular
Otros Departamentos (1 diario)
Habitantes: 6.996.000
Un diario por cada 1.166.000 habitantes

Ecuador – Quito

La Hora
El Comercio
Hoy
Últimas Noticias
Metro Hoy
El Popular

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Otras regiones (35 diarios)
Habitantes: 14.233.000
Un diario por cada 347.000 habitantes

Colombia – Bogotá

El Tiempo
El Espectador
El Espacio
El Nuevo Siglo
Diario Nacional
El Periódico
Extra
Diario Mío
ADN
La República
Portafolio
Diario Deportivo
El periódico Deportivo
Otros Departamentos (36 diarios)
Habitantes: 45.656.000
Un diario por cada 931.000 habitantes

Venezuela –Caracas

El Nacional
El Universal
Últimas Noticias
2001
Vea
El Nuevo País
Correo del Orinoco
Ciudad CCS
Primera Hora
La Voce D'Italia
Meridiano
Líder
Deporte
El Mundo
Otros Departamentos (92 diarios)
Habitantes: 30.102.000
Un diario por cada 281.000 habitantes

**Anexo 2. Agenda setting de la prensa escrita. Setiembre de 2010.
Caso EPP: Titulares del mes de setiembre de 2010.**

Medio	Titular	Fecha	Pág
UH	Ministerio del Interior prioriza la captura de la cúpula del EPP	06/09/2010	1
UH	Para el Gobierno, la prioridad se centra en la cúpula del EPP	06/09/2010	3
UH	Magna y Lourdes, en Canindeyú	06/09/2010	3
UH	Un fuerte trabajo de inteligencia	06/09/2010	3
UH	Los estancieros se mantienen en alerta en el Norte	06/09/2010	4
UH	Las calles de Sidepar, desoladas por el temor	06/09/2010	4
UH	Es la zona de donde el EPP reclutó más jóvenes	06/09/2010	4
UH	Nuevas amenazas a docentes	06/09/2010	5
ABC	Ganaderos temen ser blanco del EPP, asegura presidente de gremio	07/09/2010	11
ABC	Alzan recompensa a G. 800 millones por cada uno de los líderes del EPP	07/09/2010	12
ABC	Pagarán a varias personas por datos sobre Zárate Cardozo	07/09/2010	12
ABC	Suspenden audiencias preliminares en procesos contra Casildo López	07/09/2010	13
UH	Gobierno eleva la recompensa por los tres más buscados	07/09/2010	8
UH	Del análisis del celular pueden surgir más datos	07/09/2010	8
UH	Ministro insta a los integrantes del grupo a entregarse	07/09/2010	8
UH	La fiscal imputará a Ramos por el homicidio	07/09/2010	9
UH	Logística regresa a zona de conflicto	07/09/2010	9
UH	Fiscal acusa a Cecilia	07/09/2010	9
UH	Disputa para el tercero del EPP	07/09/2010	9
UH	Ganaderos piden más seguridad	07/09/2010	9
LN	Filizzola al EPP: "Entréguese para salvarse"	07/09/2010	1
LN	Gobierno insta a miembros del EPP a entregarse para que "puedan salvarse"	07/09/2010	47
UH	La Policía busca en tres zonas claves a la banda	08/09/2010	7
UH	Factura identifica a la persona que compró escopeta	08/09/2010	7
UH	Oviedo continúa siendo el comandante general	08/09/2010	7
UH	Tarea entre ministerios	08/09/2010	7
UH	Fue profesor de Zárate	08/09/2010	7
LN	El 70% de los ganaderos del Norte ahora administra desde su casa	08/09/2010	47
ABC	Miembros del EPP siembran terror y expulsan a familias de Concepción	09/09/2010	13
ABC	Pago por Zárate fue de G. 600 millones	09/09/2010	13
ABC	Grupo planeaba secuestrar a ganadero	09/09/2010	13
UH	Agentes ya están tras el comprador de la escopeta	09/09/2010	5
UH	Ministro habla de plan de plagio	09/09/2010	5
ABC	Hallan fotografías y anotaciones de guardia interna del EPP en Sidepar	10/09/2010	8
ABC	Surgen nuevas fotografías de miembros del EPP en un campamento en el monte	10/09/2010	10
UH	Hallan más evidencias de jefes del EPP	10/09/2010	1
UH	Evidencias halladas contienen datos de los cabecillas del EPP	10/09/2010	8
UH	Las pruebas incriminan a los 3 detenidos	10/09/2010	8
LN	Soldado del EPP en acción	10/09/2010	1
LN	Capturan a 3 miembros de la logística vinculada al abatido Gabriel Zárate	10/09/2010	46
LN	Intentaron extorsionar a empleado de la armería	10/09/2010	46
LN	Ramos y esposa, aparte del grupo armado del EPP	10/09/2010	47
ABC	Perseverar en la tarea de desarticular al EPP	13/09/2010	1
ABC	Abandono estatal en el campo da vía libre a EPP	13/09/2010	1
ABC	Líder de movimiento agrario admite simpatía hacia el EPP en Sidepar	13/09/2010	13

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

UH	Formación del personal da resultados positivos	13/09/2010	11
LN	Hallan nota que señala que Oviedo Brítez lidera el EPP	14/09/2010	49
ABC	Insubordinación de agentes de élite amenaza las pesquisas sobre el EPP	16/09/2010	9
UH	"No pasó nada" dice ganadero de la zona del EPP	16/09/2010	9
ABC	Filizzola afirma que solo informantes reciben recompensas en el caso EPP	17/09/2010	13
ABC	Datos de productores extranjeros	17/09/2010	13
UH	Extraña fosa fue cavada en el predio del I Cuerpo del Ejército	17/09/2010	10
LN	Grupo de Zárate y Ramos fue seguido desde Horqueta, tras cuádruple crimen	20/09/2010	41
LN	Desmiente que haya facilitado datos	20/09/2010	41
ABC	Viuda identifica a Alejandro Ramos como asesino de docente en Sidepar	24/09/2010	10
UH	Viuda de docente reconoce a Ramos como el asesino	21/09/2010	13
ABC	En Presidencia confirman amenazas del EPP a Lugo	22/09/2010	1
ABC	EPP amenaza al presidente Lugo y al ministro Filizzola	22/09/2010	8
ABC	Zarate señaló y Ramos ejecutó al docente	22/09/2010	8
UH	Fiscal imputa a Ramos por asesinato de docente	22/09/2010	10
UH	Denuncian nexos P-Mas y EPP	22/09/2010	10
UH	El presidente y dos ministros fueron amenazados por correo	22/09/2010	10
LN	Gobierno denuncia supuesta amenaza proveniente del EPP	22/09/2010	1
LN	EPP lanza advertencia a Lugo, a su secretario de prensa y a Filizzola	22/09/2010	43
ABC	Escolta militar de Lugo investiga las amenazas del EPP	23/09/2010	1
ABC	Militares intensificarán trabajo de inteligencia ante amenazas del EPP	23/09/2010	3
ABC	Filizzola, sin variaciones en su custodia	23/09/2010	4
ABC	Piden tomar "en serio" advertencia	23/09/2010	4
ABC	Plantean protección para seis personas	23/09/2010	4
ABC	Situación que viene desde hace tiempo	23/09/2010	4
UH	Disparan a patrullera de la Policía Nacional en la zona del EPP	23/09/2010	1
UH	En la zona del EPP, atacan una patrullera de la Policía Nacional	23/09/2010	9
LN	Preocupa al gobierno que explosivos robados en Itapúa lleguen al EPP	23/09/2010	2
LN	Diputada Masi dijo que están viviendo "como presos"	23/09/2010	2
LN	Soares y Soler protagonizan incidente	23/09/2010	3
UH	El ataque a la patrullera sería un distractor	24/09/2010	5
UH	Más seguridad para Augusto Dos Santos	24/09/2010	5
UH	Camilo pide que indaguen sus presuntos nexos	24/09/2010	5
UH	Comandante del Ejército insta a cuidarse del EPP	24/09/2010	11
ABC	El EPP y la delincuencia organizada socavan la estabilidad democrática	27/09/2010	1
ABC	Vidalina Cardozo participó del velatorio de Nimio	27/07/2010	2
ABC	Prohibió acercarse al lugar	27/07/2010	4
ABC	Investigadores ya abandonaron la zona	27/07/2010	4
ABC	Pobladores de Huguá Ñandu exigirán más garantías tras enfrentamiento	27/07/2010	5
ABC	Camacho: Aún no se ganó la guerra	27/07/2010	5
ABC	El EPP y la delincuencia organizada socavan la estabilidad democrática	27/07/2010	14
ABC	Transa y corrupción hicieron crecer la guerrilla en el país, acusa la ARP	27/07/2010	22
UH	Floja ayuda estatal en zona del EPP	27/09/2010	2
UH	La ayuda social del gobierno es deuda pendiente en zona del EPP	27/09/2010	2
UH	Ayudas son para evitar influencia, dijo Pavón	27/09/2010	3
UH	Los productores piden seguridad para el Norte	27/09/2010	3
UH	Ejecutivo sigue alerta ante posibilidad de ataques	27/09/2010	3

UH	Integrantes del grupo armado no se movilizan sin explosivos	27/09/2010	4
UH	Ya empiezan a tener problemas logísticos, según investigadores	27/09/2010	4
UH	Policía presume que hay desertores	27/09/2010	4
ABC	EPP mantiene de rehén a población de Sidepar	28/09/2010	1
ABC	Temer ser asesinados por los rebeldes	28/09/2010	2
ABC	Tuvieron que vender sus propiedades	28/09/2010	2
ABC	Hijo de docente asesinado denuncia manipulación de "Tekoporã" por EPP	28/09/2010	3
ABC	No descartan ataques a sitios de aglomeración	28/09/2010	3
ABC	No hay ayuda del gobierno	28/09/2010	4
ABC	Más equipos para la Policía	28/09/2010	3
ABC	Seudónimos confirman presencia de Villalba y Magna en campamento	28/09/2010	4
ABC	Campamento equipado y fácil de llegar	28/09/2010	5
ABC	Filizzola cree que son especulaciones	28/09/2010	5
ABC	Hay recursos para pagar a Informantes	28/09/2010	5
UH	Filizzola dice que se abortaron al menos 2 secuestros del EPP	28/09/2010	2
UH	La historia delictiva de la banda	28/09/2010	4
UH	Rastros dejados por los prófugos	28/09/2010	6
LN	EPP: Alerta en los shopping	28/09/2010	1
LN	Filizzola no descarta posible atentado	28/09/2010	44
LN	Viuda y dos hijos de docente asesinado por el EPP irán a España y Argentina	28/09/2010	45
LN	Contrarrestaban filosofía	28/09/2010	45
ABC	Investigan supuesto panfleto del EPP encontrado en "Mundo Aparte"	30/09/2010	6
ABC	El Presidente asegura que no le alarma amenaza que recibió del EPP	30/09/2010	7
UH	Gobierno no cree que el comunicado sea del EPP	30/09/2010	1
UH	Gobierno duda del comunicado	30/09/2010	8
UH	Supuesta misiva del EPP fue hallada en Kambala	30/09/2010	8
UH	La Policía investiga lavado de dinero de rescate en el exterior	30/09/2010	9
UH	Priorizan la captura del brazo armado del grupo	30/09/2010	9
LN	Investigan otro supuesto comunicado amenazante del EPP	30/09/2010	46
LN	Aparece supuesto comunicado del EPP y crecen dudas	30/09/2010	46
LN	En busca de más pruebas	30/09/2010	46
LN	Otro comunicado luego de atentado	30/09/2010	46
LN	Gobierno toma con cuidado	30/09/2010	47
ABC	Encuentran indicios de que el EPP planeaba atentado con explosivos	01/10/2010	1
ABC	Seis explosivos con sus accesorios	01/10/2010	10
ABC	Fiscal de turno indaga los panfletos	01/10/2010	10
ABC	Hay elementos que no concuerdan	01/10/2010	10
ABC	Fallece abuelo de los criminales abatidos	01/10/2010	10
ABC	Somosgay repudia la amenaza, pero descreo de su autenticidad	01/10/2010	35
UH	Bombas caseras del EPP son a base de nitrato de amonio	01/10/2010	14
UH	Habilitan comisaría en Sidepar	01/10/2010	14
UH	Franco pide tomar en serio amenaza	01/10/2010	15
LN	Camilo se postuló con miembros del EPP durante las elecciones 2003	01/10/2010	1
LN	Camilo negó a su ex correligionario, el "soldado" del EPP Alejandro Ramos	01/10/2010	44

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Situación rural: Titulares del mes de Setiembre de 2010.

	Diario	Titular	Fecha	Pág
	UH	Alertan por el atraso de la biotecnología en el país	06/09/2010	16
	UH	Debate, el 8 de setiembre	06/09/2010	16
	ABC	Investigación del caso Teixeira gana mención internacional	06/09/2010	22
	ABC	Investigación del caso Teixeira gana mención internacional	06/09/2010	1
	UH	Comisión pro-tierra se renueva en Pto. Casado	06/09/2010	47
	UH	Exportación a agosto ya iguala a la de todo el 2009	07/09/2010	16
	UH	Oenegé advierte que plagas pueden resistir	07/09/2010	27
	LN	Al cierre de agosto se duplicó la venta de soja al exterior	07/09/2010	18
	LN	Grupo campesino usa transgénicos pese a criticarlos	07/09/2010	1
	LN	FNC, de detractora a productora de algodón transgénico	07/09/2010	16
	UH	El debate transgénico llega a la cooperativa Colonias Unidas	07/09/2010	27
	UH	Maíz modificado puede beneficiar porcicultura	07/09/2010	27
	ABC	Asesinan a tres indígenas en Yby Yaú	07/09/2010	1
	ABC	Ya hay Plan Colombia	07/09/2010	15
	ABC	Es falso que el maíz transgénico atente contra la soberanía, dice UGP	07/09/2010	19
	ABC	Matones de Pavao ejecutan a tres indígenas en la zona de Yby Yaú	07/09/2010	92
	UH	Exportación a agosto ya iguala a la de todo el 2009	07/09/2010	16
	UH	Franco cuestiona compra de tierras	07/09/2010	27
	UH	Ajustan los procedimientos para recuperar tierras mal concedidas	07/09/2010	27
	LN	Estudio de transgénicos	07/09/2010	17
	UH	El MAG declara de interés la investigación de transgénicos	08/09/2010	14
	UH	Autorizan semillas no liberadas	08/09/2010	14
	UH	Otro actor entra al debate	08/09/2010	14
	ABC	Algodón OGM no podrá ser sembrado, aclara el Senave	09/09/2010	23
	UH	El Senave controlará algodón	09/09/2010	22
	ABC	El Estado adquirirá 7,000 Ha de las tierras de Teixeira	09/09/2010	1
	ABC	EE.UU. fortalece presencia del Estado en zonas marginadas	09/09/2010	11
	ABC	Teixeira y campesinos acuerdan venta de 7.000 Ha de la propiedad	09/09/2010	23
	ABC	IICA apoya desarrollo de agricultura orgánica	09/09/2010	23
	UH	Ayalde destaca apoyo social	09/09/2010	5
	UH	EEUU ratifica apoyo a Lugo y abre nueva etapa con Defensa	09/09/2010	6
	UH	Nuevos horizontes asoman	09/09/2010	6
	UH	El Senave controlará algodón	09/09/2010	22
	UH	Teixeira está dispuesto a vender 7.000 hectáreas	09/09/2010	23
	UH	Sancor plantea que Gobierno aporte para el seguro agrícola	09/09/2010	24
	UH	BM advierte sobre compra de tierras a gran escala	09/09/2010	25
	UH	La deforestación y el tráfico de rollos siguen en San Pedro	09/09/2010	46
	UH	Campesinos ya no saben donde hacer las denuncias	09/09/2010	46
	UH	Más reclamos a SAS en Casado	09/09/2010	47
	ABC	José Rodríguez actuó de canciller para comprar las tierras de Teixeira	13/09/2010	20
	ABC	"Sintiertras" amenazan con invadir desde hoy un inmueble en San Pedro	13/09/2010	25
	ABC	Deforestación cero en el Chaco genera preocupación	13/09/2010	47
	ABC	Teixeira ahora pide más dinero por sus tierras y ofrece solo 7.900 Ha	14/09/2010	17
	ABC	Está más que demostrado que es negociado, dice ARP	14/09/2010	17

ABC	Titular del Indert renunciará si presionan para la compra	14/09/2010	17
ABC	Campesinos presionan para que Peña baje precio de su propiedad	14/09/2010	18
ABC	Afirman que ecosistema del Chaco no va camino a la desertificación	14/09/2010	40
UH	Hoy, un sintierra; y mañana?	14/09/2010	16
UH	Teixeira ofrece parte de sus tierras, pero 19% más caras	14/09/2010	15
UH	Precio del algodón sube en el mundo	14/09/2010	15
UH	Sin fondos no hay operación	14/09/2010	15
UH	Vivir bajo carpas: El aguante de los niños y las mujeres sintierras	14/09/2010	16
UH	En Santa Bárbara invaden tierras	14/09/2010	18
LN	Teixeira tasó sus tierras en más de G. 8 millones la hectárea.	14/09/2010	7
LN	Definen nuevo valor a productos forestales	14/09/2010	19
ABC	Crecimiento económico del 10,5% para este año	15/09/2010	1
ABC	López Perito asegura que no hay presión para el titular del Indert	15/09/2010	18
ABC	Diputados investigan presunto pago de un "adelanto" en el caso Teixeira	15/09/2010	19
ABC	MAG abre debate sobre OGM	16/09/2010	22
ABC	Quieren que el Congreso blanquee el negociado con tierras de Teixeira	16/09/2010	23
ABC	Deforestación cero, idea de países industrializados	16/09/2010	42
UH	Inversiones están en jaque, advierten	16/09/2010	22
UH	Ecologistas advierten del avance de área arrocerá	16/09/2010	22
UH	Expertos traen experiencias para debatir la biotecnología	16/09/2010	23
UH	Fenece plazo ideal para maíz	16/09/2010	23
UH	Ley ambiental altera ánimos en el Chaco	16/09/2010	Rural
UH	Deforestación cero pone en jaque a ganaderos del Chaco	16/09/2010	2
LN	Coreanos quieren industrializar	16/09/2010	13
LN	Deforestación cero peligrá U\$S 200 millones en inversiones	16/09/2010	16
LN	Paraguay se trancó 10 años	17/09/2010	17
ABC	"Luchadores sociales" violan descaradamente las leyes	17/09/2010	1
ABC	En tierras de Teixeira tendido eléctrico cuesta 900% más caro que a la ANDE	17/09/2010	17
ABC	Paraguay es colero en biotecnología en América Latina, señala experto	17/09/2010	18
ABC	Intervienen el proyecto arrocerá en Ñeembucú	17/09/2010	19
ABC	Campesinos van a la siembra directa	17/09/2010	22
ABC	Los sintierras son "vulgares bandidos", dice productor	17/09/2010	42
UH	Somos coleros en inversión e investigación en biotecnología	17/09/2010	22
LN	FMI urge más impuestos	17/09/2010	1
LN	El FMI plantea más impuestos para el agro y los consumidores	17/09/2010	10
LN	Expertos recomiendan discusión científica sobre los transgénicos	17/09/2010	17
ABC	Caso Teixeira: documentos evidencian cada vez más el intento de estafa	20/09/2010	24
ABC	Campesinos "sin tierra" invadieron área de parque nacional Paso Bravo	20/09/2010	27
ABC	Combio urge ensayo con maíz GM	20/09/2010	31
ABC	Foro sobre agricultura campesina	20/09/2010	31
LN	Precios de la carne seguirán altos hasta noviembre, según la Rural	21/09/2010	17

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

LN	Creciente exportación de carne aviar	21/09/2010	17
UH	Indert: Tierras en Corralito no son excedente fiscal	22/09/2010	20
UH	Alertan de posible enfrentamiento	22/09/2010	20
UH	SEAM reitera las condiciones para maíz transgénico	22/09/2010	20
ABC	Al Ministro le parece alto impuesto a la soja	23/09/2010	24
ABC	Seam no argumenta contra los OGM	23/09/2010	28
ABC	Agricultores piden maíz Bt	23/09/2010	28
ABC	Funcionarios del Indert son poco serios, según sintierras	23/09/2010	28
ABC	Nativos enxet se sienten burlados por el Gobierno	23/09/2010	39
UH	A Borda no le desagrada idea de aplicar impuesto a la soja	23/09/2010	13
UH	Procurador quiere recuperar tierras	23/09/2010	18
UH	Gobierno admite grave atraso en reforma agraria	23/09/2010	18
UH	Abren diálogo con campesinos	23/09/2010	18
UH	Piden que Estado reponga su tierra a la etnia Enxet	23/09/2010	30
UH	El chaco tiende al monte y no a la desertificación, según estudio	23/09/2010	8
LN	Gobierno declara en San Pedro emergencia climática	23/09/2010	1
LN	Ambientalistas no objetaron OGM	23/09/2010	17
LN	Producción de maíz está en riesgo	23/09/2010	17
LN	Semilleristas buscan las simientes locales	23/09/2010	17
LN	Decretan emergencia en San Pedro, por sequías e incendios	23/09/2010	41
ABC	Mermará área del maíz	24/09/2010	28
ABC	Exigen recuperar 11.500.000 Ha. de tierras malhabidas	24/09/2010	28
UH	Silos no dan abasto ante cosecha record de granos	24/09/2010	1
UH	Gobierno apuesta por Antebi Cué para los sintierras	24/09/2010	21
UH	Silvícolas son acosados por empresas brasileñas	24/09/2010	32
UH	Con poesías y canciones, reclaman tierras al Indert	24/09/2010	41
ABC	La FNC rechaza asistencialismo agrícola del programa Tekopora	27/09/2010	23
ABC	UGP desacredita reporte antisoja, cuya fuente fue "sobrevivencia"	27/09/2010	25
UH	La ARP endurece críticas contra los ambientalistas	27/09/2010	19
LN	Crisis no afectará las inversiones del sector ganadero	27/09/2010	12
LN	Producción avícola se duplica y apunta a exportar a Unión Europea	27/09/2010	13
LN	Piden habilitación de las pruebas de maíz transgénico	27/09/2010	13
ABC	Demanda interna aumenta un 10%	28/09/2010	21
ABC	Pobladores del Chaco solicitan agua	28/09/2010	24
ABC	Proponen proteger la biodiversidad	28/09/2010	27
ABC	Inversiones ganaderas dan trabajo y reducen pobreza, asegura la ARP	28/09/2010	30
ABC	Utilizan a nativos para falsas denuncias dicen	28/09/2010	30
ABC	Rechazan autonomía con transgénicos en UE	28/09/2010	30
UH	Paraguay quiere exportar 25% de la carne a Europa	28/09/2010	1
UH	Palían desgracias en San Pedro	28/09/2010	18
UH	Traerían granos indeterminados	28/09/2010	24
LN	Campesinos amenazan invadir reserva	28/09/2010	47
ABC	Presentan informe sobre pesticidas	30/09/2010	24

UH	Multinacionales sojeras tienen margen de ganancia del 30%	30/09/2010	20
ABC	Inician plan para duplicar el área de cultivo del sésamo	30/09/2010	24
ABC	Presentan informe sobre pesticidas	30/09/2010	24
ABC	Apoyan proyecto de deforestación cero	30/09/2010	41
LN	Superzafra de arroz se respalda en "La Niña", según productores	30/09/2010	16
LN	MAG lanza hoy la campaña sesamera	30/09/2010	16
LN	Salida de commodities aumentó 55%	30/09/2010	16
ABC	El 60% de vecinos de un sojal sufrió intoxicación aguda, según encuesta	01/10/2010	15

Bibliografía

Abal, Paula (2004) "Identidades colectivas y dispositivos de control en el marco del empleo asalariado joven. Un estudio de caso en el sector supermercadista" en *Revista Argentina de Sociología*, noviembre-diciembre, año/vol. 2, número 003. (Buenos Aires: Consejo de Profesionales en Sociología)

Adorno, T. y Horkheimer, M (1969) *Dialéctica del iluminismo* (Buenos Aires: Sur)

Alba Rico, Santiago (2009) "Medios alternativos y crisis de credibilidad" en <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=81926>
Althusser, L (1988) *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. (Buenos Aires: Nueva Visión)

Bagdikian, Ben (1983) *The media monopoly* (Boston: Beacon Press)

Bagdikian, Ben (2004) *The new media monopoly* (Boston: Beacon Press)

Barreto, Nemesio 2004 *Periodismo y servilismo. Historia sincera del Paraguay contemporáneo*. (Asunción: n/d)

Barreto, Nemesio "Humberto Rubín, un alabardero del dictador Stroessner" en <http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/36381> (último ingreso, 25 de octubre de 2008)

Barrett, Michele (2008) "Ideología, política, hegemonía: de Gramsci a Laclau y Mouffe" en Zizek, Slavoj *Ideología. Un mapa de la cuestión* (Buenos Aires: Fondo de cultura económica)

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Bourdieu, P. y Passeron J.C (1996) *La reproducción* (México: Laia)
Campero, Guillermo (2007) "Trabajo y ciudadanía" en PNUD *Ciudadanía y Desarrollo Humano*. (Buenos Aires: Siglo XXI)

Castells, Manuel 2003 *La era de la Información: economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad* (México: Siglo XXI)
Chilton, Paul y Schaffner, Christina (eds.) (2002) *Politics as text and talk: analytic approaches to political discourse* (Philadelphia: John Benjamins Publishing)

Chomsky, Noam 2002 "El control de los medios de comunicación" en *Cómo nos venden la moto*. (Barcelona: Icaria).

Coleman, S., Morrison, D., & Svennevig, M (2008) "New Media and Political Efficacy" en *International Journal of Communication* [Online] 2:0 disponible en <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/172/192>

Colussi, Marcelo (2009) "La moral que predica la iglesia oficial inculca más miedo al placer que a la injusticia" en: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=89652>

Entman, Robert (2007) "Framing Bias, Media in the distribution of Power" en *Journal of Communication*, 57 (1), pp. 163-173

Forsyth, Scott 2005 "Hollywood recargado: el cine como una mercancía imperial" en Panitch, Leo y Leys, Colin (eds.) *Socialist Register 2005. El imperio recargado* (Buenos Aires: CLACSO)

Foucault, Michel (1998) *Vigilar y castigar* (México D F: Siglo XXI)
Guback, T (1969) *The international film industry. Western Europe and America since 1945* (Bloomington, Indiana: University Press)
Habermas, J (2000) *Teoría de la acción comunicativa*. (Madrid: Taurus)

Hovland, C.I, Lumsdale, A.A y Sheffield, F (1949) *Experiments on Mass Communication: Studies in Social Psychology in World War II* (Princeton: Princeton University Press) *Volume III*

IBOPE (2008) *Encuesta nacional sobre Juventud* (Asunción: BASE IS)

Johnson, David W., Johnson, Roger T (2000) "Civil Political Discourse in a Democracy: The Contribution of Psychology" disponible en: www.co-operation.org/pages/contro-pol.html.

Klein, Naomi (2002) *No Logo. El poder de las marcas* (Buenos Aires: Paidós Plural)

Lahera, Eugenio 2004 "Economía política de las políticas públicas" en: *E-journal* (México: UNAM) No. 002, en <http://www.ejournal.unam.mx/ecu/ecunam2/ecunam0204.pdf>

Lasswell, H. (1927) *Propaganda techniques in the World War* (Nueva York: Jnopf)

Lazarsfeld, P., Berelson, B. y Gaudet, H (1944) *The People's Choice* (Nueva York: Duell Sloan & Pearce)

Lewin, K (1935) *A dynamic theory of personality* (Nueva York: McGraw Hill)

Martin Barbero, Jesús (1992). "Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la televisión en Colombia" (Bogotá: Tercer Mundo) disponible en: <http://www.scribd.com/doc/8800117/Television-y-Melodrama>

Martín-Barbero, Jesús 2003 *De los medios a las mediaciones* (Bogotá: Convenio Andrés Bello).

Marcuse, H (1964) *One dimensional man* (Boston: Beacon Press)

Matellart, A (1978) "The Nature of communications practice in a dependent society", en *Latin American Perspectives*, V, 1, Invierno pp. 13-34

McLuhan, M (1996) *Comprender los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós)

McLuhan, M. y Fiore, Q. (1969) *War and Peace in the Global Village* (Nueva York: Bantam)

Méndez, Idilio (2007) *Los herederos de Stroessner* (Asunción: Arandurá).

COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA

Miranda, Aníbal 2000 *Dossier Paraguay. Los dueños de grandes fortunas* (Asunción: Miranda y Asociados).

Nordenstreng, K y Varis, T (1976) *Circula la televisión en un solo sentido?* (París: Unesco)

Orué, Aníbal (2007) *Periodismo en Paraguay* (Asunción: Arandurá)
Palau, Tomás et al. 2007 *Los refugiados del modelo agroexportador. Impactos del monocultivo de soja en comunidades rurales paraguayas* (Asunción: BASE IS)
Pardo, Gastón 2007 “La secta Moon, una secta bien particular” Red Voltaire en <http://www.voltairenet.org/article153701.html#article153701> (último ingreso, 23 de octubre de 2008)

Pereira M. y Lezcano R. (2010) *Estado, mercado y Derechos Humanos* (Asunción: BASE IS)

PNUD 2008 “Informe sobre Desarrollo Humano 2007/2008” disponible en la web en http://hdr.undp.org/en/media/HDR_20072008_SP_Complete.pdf (último ingreso, 25 de octubre de 2008)

Ramonet, Ignacio 2002 “Pensamiento único y los nuevos amos del mundo” en: *Cómo nos venden la moto*. (Barcelona: Icaria).

Ramonet, Ignacio 2007 “Nuevo capitalismo” en: *Le Monde Diplomatique*, número 145, noviembre 2007 en http://www.monde-diplomatique.es/isum/Main?ISUM_ID=Center&ISUM_SCR=externalServiceScr&ISUM_CIPH=I1czG!HBAQ58ULqoca4Xik2V5HnZ6UIRcu!Fvg2Bw4Aeaa9uybGTwZLCDL7nP135dYbyG8yV4CdYK VwuYm8Qs9ldmUmm31TWIsrsyxZ0F0i8HvmZngdNAEQW0rwOtAB4Zl8rKf4X9rACwqlwTcVW9 xBh7pUQx9dWb8NpD3f8WZDaGoz03rkdYK0DMg4AD0V8QhWlrm2The9a20FmdgH7Eow vN8CL7aNGLAyeWrbAMyle3lqm6f14bqEf5csBEImROtThUdQ28QVJCMgdhBQkHCTgebgepTpQ 5!Vxa5dYKg0n271WVPWuN6Q

Ritzer, George (1996) *La mcdonalización de la sociedad* (Barcelona: Ariel)

Salazar, Robinson (coord.) (2010) *Arquitectura política del miedo* (Buenos Aires: Elaleph.com)

Sarlo, Beatriz (1994) *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina* (Buenos Aires: Ariel)

Schiller, H (1969) *Mass Communication and American Empire* (Boston: Beacon Press)

Schiller, H (1976) *Communication and cultural domination* (Nueva York: Sharpe)

Sel, Susana (coord.) (2010) *Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo* (Buenos Aires: CLACSO)

Segovia, D (2006) *Beneficiarios actuales y potenciales de la educación radiofónica a distancia*. (Asunción: Fé y Alegría)

Sindicato de Periodistas del Paraguay 2008 *Precarización laboral y censura* (Asunción: SPP)

Smythe, D (1977) "Communication: A Blindspot of Western Marxism" en *Canadian Journal of Political and Social Theory*, vol I, n. 3.

Tunstall, J (1977) *The Media Are American* (Londres: Constable)

Van Dijk, Teun (ed.) (1998) *Discourse studies. A multidisciplinary introduction: Discourse as structure and process* (London: Sage)

Van Dijk, Teun (2002) "Political discourse and political cognition". En: Chilton, Paul y Schaffner, Christina (eds.) *Politics as text and talk: analytic approaches to political discourse* (Philadelphia, John Benjamins Publishing)

Zizek, Slavoj (2008) *Ideología. Un mapa de la cuestión* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica)

Los medios de comunicación han adquirido cada vez más poder en la vida política y cultural de las sociedades. Esto tiene que ver fundamentalmente con los procesos económicos y el valor que adquiere en ellos el control de la información y sus canales.

En medio de la economía capitalista, los procesos de concentración de la propiedad de los medios es la regla. Existen, por tanto, cada vez menos actores que, con más poder, disputan la construcción de imaginarios favorables a sus intereses.

En Paraguay, durante las últimas décadas, en ningún momento ha habido una gran diversidad de medios y, aunque en la transición democrática parecía resurgir una mayor pluralidad, la tendencia capitalista arrastra al sector hacia la consolidación de un pequeño oligopolio, vinculado a los grupos más importantes de poder del país.

En este estudio se trata de ilustrar el actual mapa de propiedad de los medios de comunicación paraguayos y sus vínculos político-económicos, además de analizar las relaciones que se fueron dando con el Estado.

Pero lo más importante es, quizás, el intento de comprender cómo operan en el público las dinámicas de recepción de los mensajes que estos medios ponen en circulación día a día, influenciadas principalmente por factores culturales y que, en definitiva, forjan un discurso político ciudadano, y una actitud política, como base de una determinada configuración democrática. Más que dar respuestas, finalmente quedan grandes interrogantes para futuras investigaciones y debates sociales en general, que permitan ir avanzando en la construcción de un mapa más plural de actores que acceden a los medios de comunicación y, por tanto, en esencia, hacia un horizonte de relaciones más democráticas.