Presentacion “Vamos a portarnos mal” en Uruguay
Resonancia en los medios

Topolansky se suma al reclamo contra los medios en Uruguay
Publicado: 4 ago. 2011 10:49 AM

MONTEVIDEO, Uruguay, ago. 4 (UPI) -- La senadora y primera dama, Lucía Topolansky, realizó una nueva arremetida contra los medios de comunicación y criticó la forma en que las noticias son presentadas, consignó El País.

"(Los medios) hacen ininteligible la noticia, la dicen a medias y eso produce un malestar con el medio. Un malestar que no es positivo", dijo la senadora tras la presentación del libro "Vamos a portarnos mal. Protesta social y libertad de expresión en América Latina". Allí sostuvo que entre los actores sociales que protestan y los gobernantes existe una "dialéctica constante" en la que participa "un convidado de piedra"; es decir, la prensa.

"La prensa opera intentando que yo jamás me entienda con el otro. Porque ese entendimiento no conviene a algunos intereses. Ahí es donde resulta más difícil de esbozar el panorama, para lograr salidas", afirmó en base a declaraciones a Búsqueda, y añadió que "en la libertad de expresión", "siempre se tiene que dar más, pero debe ser usada con responsabilidad".

Topolansky pidió a los medios entonces que "hagan un ejercicio responsable de la libertad, aunque organicen el medio como se les cante". "Hay grandes grupos que están ronceando a Uruguay (...) Cuando grupos económicos muy poderosos vienen a comprar un medio, yo me hago la pregunta: ¿para qué un país chico como Uruguay", inquirió y siempre de acuerdo al tabloide.

LATAM: Reporte (dr)

© 2011 United Press International, Inc.

http://espanol.upi.com/Politica/2011/08/04/Topolansky-se-suma-al-reclamo-contra-los-medios-en-Uruguay/UPI-30921312465754/

"Algunas preguntas vienen con veneno"

Topolansky volvió a criticar a los medios de prensa

Miércoles 03.08.2011,
Nacional

La senadora Lucía Topolansky (MPP) fustigó una vez más a los medios de prensa, en la presentación del libro "Vamos a portarnos mal. Protesta Social y Libertad de Expresión en América Latina", que se realizó anoche en el espacio "La Colmena".

"Acá hay un convidado de piedra que es la prensa, que opera siempre tratando de que yo jamás me entienda con Juan (Castillo). Porque no conviene, porque todos sabemos cómo vienen algunas preguntas que a veces vienen envenenadas", sentenció.

Topolansky señaló que "hay muchas formas de presentar la crónica roja, la puedo presentar como tal o estirar para que dure un minuto y generar otro efecto". En ese marco, cuestionó lo que se "dice a medias" o "descontextualizado".

La senadora dijo que en el pasado la asignación de las frecuencias a los medios se hacían con criterios políticos. En tanto, cuestionó el hecho de que el presidente José Batlle y Ordóñez salía de la Presidencia para ir hasta el diario El Día a escribir el editorial.

El coordinador del Pit-Cnt, Juan Castillo, también lanzó duras críticas hacia la prensa. "Hay momentos en que los medios satanizan a la lucha social", aseguró.

El País Digital

http://www.elpais.com.uy/110803/pnacio-584095/nacional/-Algunas-preguntas-vienen-con-veneno-/

La insinuación presidencial en cuanto a condicionar la publicidad oficial según los contenidos de los medios desató fuerte polémica

04, Agosto de 2011 | 09:00

La publicidad oficial es una de las herramientas con las que gobiernos de la región amedrentan a los medios privados

MONTEVIDEO I BÚSQUEDA. La publicidad oficial es una de las herramientas con las que gobiernos de la región amedrentan a los medios privados: mediante el manejo arbitrario de la pauta publicitaria del Estado, muchos jerarcas premian a los medios adictos y castigan a los críticos. Casos palpables en este sentido son los de Venezuela, Ecuador o Argentina, donde las organizaciones internacionales acumulan múltiples denuncias sobre la distribución corrupta de los avisos del Estado.

La peor consecuencia de estas maniobras es que muchos medios, de cuya subsistencia depende la cantidad de minutos o centímetros que paute el gobierno, modifican sus políticas editoriales para no perder el favor estatal mientras que los que se mantienen en su línea, a veces desaparecen.

En los últimos años, Uruguay se había mantenido al margen de este tipo de acciones y si bien algunas decisiones puntuales suscitaron críticas, no era posible elevar eso a una política consistente de los gobiernos. Al menos hasta ahora.

Hace dos semanas, el presidente de la República, José Mujica, expuso una nueva forma de aproximarse al fenómeno de la publicidad oficial en Uruguay. Molesto por la cantidad de minutos que los informativos de la televisión abierta (canales 4, 10 y 12) le dedican a los hechos delictivos (la llamada "crónica roja"), el viernes 22 mantuvo una reunión con directivos de las empresas públicas en la que cuestionó la cantidad de dinero que se gasta en campañas publicitarias en esas emisoras.

"¿Qué pasa si se reduce la publicidad oficial durante un mes?". Esa fue la pregunta que hizo el mandatario según publicó el diario "El Observador" el viernes 27 en un artículo titulado "Mujica planteó recortar la publicidad oficial, enojado con la crónica roja".

Según el periódico, el presidente convocó a los presidentes de las empresas públicas "para hablar de ese asunto y mostró su disconformidad con el modo en que los medios de comunicación difunden las noticias policiales".

Días después de que se hiciera pública la reunión y luego de que sus afirmaciones provocaran una polémica, Mujica amplió sus declaraciones en el diario oficialista "La República".

"Un informativo policial tiene derecho a gastar 5 o 10 minutos y decir todo lo que se le ocurra, pero debiera desembocar en un análisis que golpee la conciencia subliminal de lo que significa el delito. Creo que tenemos derecho a pedir que los medios de difusión ayuden como elementos también de formación", declaró Mujica según publicó el diario en su edición del sábado 30.

Luego de reunir el viernes 29 al gabinete de seguridad (integrado por los ministerios de Defensa, Interior y Relaciones Exteriores) para referirse al papel que cumplen los medios audiovisuales con relación a la "crónica roja", Mujica le dijo al diario oficialista que los canales "no pueden hacerse los distraídos" y que él "tiene el derecho a solicitar que ayuden como elementos de formación".

Sobre la información policial, el presidente dijo que "se estira" en los informativos en función del rating "minuto a minuto".

"Semejante manejo puede ser excelente en materia de audiencia, pero si hay que decir algo que no trae mucho rating, tal vez a ese medio lo tengamos que premiar un poco con la propaganda oficial, si le toca perder por ello", agregó.

No obstante, precisó que, por el momento, "no habrá ninguna medida" ya que primero prefiere conversarlo con los propietarios de los canales de televisión.

En declaraciones a Búsqueda, el mandatario dijo que los medios "usufructúan una propiedad pública", que "hay derecho a pedirles algo" por ello y que la publicidad oficial se puede emplear "para ayudar a compensar en parte" las "pérdidas" de los canales que opten por otro estilo de cobertura informativa a la actual .

Reacciones y minutos. El presidente de la Asociación de Broadcasters Uruguayos (Andebu), Rafael Inchausti, dijo a Búsqueda que las afirmaciones de Mujica constituyeron "una actitud desafortunada" y "una iniciativa poco feliz".

"Es un error conceptual y me llama la atención de parte de un presidente que da señales de conocer bien cuál es la función que cumplen los medios en una democracia", sostuvo Inchausti.

"Además, en el caso de los canales de televisión, me parece un desconocimiento de la importancia, la trascendencia que tiene la inversión de las empresas públicas en publicidad en estos medios. En ningún momento de los últimos 20 años la inversión del Estado en publicidad ha superado el 12% de la inversión publicitaria total que reciben estos medios. Por lo cual si se quisiera usar este mecanismo como forma de presión sobre los contenidos de los medios, tampoco sería efectivo", agregó.

Inchausti sostuvo que si bien todos "tienen derecho a opinar sobre lo que hacen los medios de difusión", en el caso de "figuras tan notorias como el presidente se requiere mayor cuidado".

Fuentes de los tres canales privados dijeron a Búsqueda que las empresas no harán declaraciones públicas formales por el momento, aunque señalaron a título de reflexión que la respuesta que tienen por ahora es "seguir con la misma línea editorial que implica informar sobre todos aquellos asuntos que se entienda por parte de los responsables de los noticieros que es información de interés público".

A su vez, la Asociación de Trabajadores de Televisión Nacional (ATTN, el gremio que nuclea a los empleados del estatal Canal 5) difundió una carta abierta al presidente en la que apoya su idea de distribuir publicidad en base a los contenidos.

"Nadie puede, en esencia, estar en contra de esta propuesta. (...) Sin embargo a la televisión estatal no se le dan recursos para, entre otras cosas, tener ese objetivo de formación y promoción de valores", reclamó el sindicato.

"Si su opinión sobre el comportamiento de los medios de comunicación masivos es seria, también debería ser seria su propuesta política para fortalecer el desarrollo de una televisión estatal que contrarreste esos mismos defectos que usted critica", agregó.

Con este mar de fondo, la consultora Foco Auditoría Multimedia divulgó una medición de los segundos por canal de aire dedicados a la sección de noticias policiales. En 2006, los canales 4, 10 y 12 dedicaban 49.279, 48.939 y 35.594 segundos, respectivamente, a la "crónica roja". En 2010 esos números fueron 199.461, 106.129 y 81.774.

Respuesta política. Las declaraciones de Mujica cayeron muy mal en el Partido Colorado. El lunes 1S, el Comité Ejecutivo Nacional las analizó y emitió un comunicado señalando que "el mero anuncio del propósito referido constituye un ataque a la libertad de prensa y una presión ilegítima y extorsiva sobre los medios de comunicación".

"La adopción de cualquier medida que implique el condicionamiento de las pautas publicitarias oficiales al acatamiento, por los medios de comunicación, de las indicaciones del gobierno, configuraría el delito de abuso de funciones, establecido por el artículo 162 del Código Penal", declaró la dirección colorada.

Incluso en el propio Frente Amplio los comentarios de Mujica no fueron recibidos con demasiada simpatía. "La publicidad oficial no debe ser utilizada bajo ningún sentido para operar ni a favor ni en contra de la opinión pública en relación a su opinión respecto al gobierno. Es un patrimonio de todos y la pagamos entre todos", dijo al noticiero "Subrayado" el diputado de Asamblea Uruguay Carlos Várela.

Gustavo Bernini, diputado socialista, manifestó a su turno que "muchas veces las noticias se pasan más en función del rating que tienen y no de la veracidad o de lo que pueden dejar en la sociedad y sobre eso soy muy cuestionador". Pero señaló de inmediato que "obviamente eso no implica cercenar la libertad de hacerlo".

El vicepresidente de la república, Danilo Astori, respondió a las preguntas de los periodistas el mismo día en que se conocieron las afirmaciones de Mujica. "No hay definición que yo conozca. Se ha comentado sí sobre la importancia que tendría tener un equilibrio un poco más razonable en cuanto al contenido de las noticias, darle jerarquía relativa mayor a noticias que aluden a los cambios positivos que está experimentando el país; no digo inventar información ni mucho menos, sino jerarquizar la información que refiere a cosas muy buenas que está teniendo Uruguay y que pasan desapercibidas. Pero eso es una cosa y otra cosa es definir cursos de acción relativos a la búsqueda de este equilibrio", dijo Astori.

"Convidado de piedra". Pero esta semana dirigentes de primera línea salieron a defender la idea del presidente.

El martes 2, durante la presentación del libro **"Vamos a portarnos mal. Protesta social y libertad de expresión en América Latina"**, la primera dama y senadora del Frente Amplio, Lucía Topolansky, se despachó contra los medios de comunicación y apoyó la iniciativa de su marido.

Topolansky dijo que entre los actores sociales que protestan y los gobernantes existe una "dialéctica constante" en la que "hay un convidado de piedra" que "es la prensa".

"La prensa opera intentando que yo jamás me entienda con el otro. Porque ese entendimiento no conviene a algunos intereses. Ahí es donde resulta más difícil de esbozar el panorama, para lograr salidas", agregó.

Para la dirigente tupamara, en la libertad de expresión "siempre se tiene que dar más, pero debe ser usada con responsabilidad".

"(Los medios) hacen inintelegible la noticia, la dicen a medias y eso produce un malestar con el medio. Un malestar que no es positivo", agregó.

"Los medios son concesiones precarias. Lo único que les pido es que hagan un ejercicio responsable de la libertad" aunque "organicen el medio como se le cante", dijo la senadora.

También insistió con su antigua idea de que el Frente Amplio "debe tener un medio propio" porque la fuerza política de gobierno "tiene derecho a decir directamente lo que está haciendo".

"Nadie se tiene por qué ofender. No es restricciones; hablamos de más accesibilidad", agregó.

Otro punto de preocupación para la senadora Topolansky es la "globalización" de los medios de comunicación. "Hay grandes grupos que están ronceando a Uruguay. (...) Cuando grupos económicos muy poderosos vienen a comprar un medio yo me hago la pregunta: ¿para qué a un país chico como Uruguay?", inquirió.

Sobre la "crónica roja", dijo que "en eso defiendo al Pepe (en alusión al presidente Mujica)" porque ese tipo de información "tiene muchas formas de presentarse".

"Se puede estirar para que dure mucho y producir otro efecto, y todas las consecuencias que supone educar así, porque los medios también educan", añadió.

"Entonces es donde hay que apelar a la responsabilidad. Yo no sé si se resuelve con una ley. Hoy me trajeron una ley de la época de Lacalle que en un artículo dice que hay que darle más publicidad oficial a los medios que pasen mayor porcentaje de música nacional" pero "eso no se cumplió nunca", expresó.

http://www.partidocolorado.com.uy/prensa/La-insinuaci%C3%B3n-presidencial-en-cuanto-a-condicion.../453