

## Nuevas leyes de medios en Sudamérica: enfrentando políticamente la concentración mediática

New media laws in South America: politically facing the media  
concentration

Pedro Santander / [pedro.santander@ucv.cl](mailto:pedro.santander@ucv.cl)  
*Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile*

**Abstract:** The repeated electoral victories of several South American Presidents, whose programs do not seek a better capitalism, but rather aim to question the basic principles of the capitalist and imperialist doctrine, have led various authors to propose that the epicenter of the ideological battle of the world's left wing has shifted towards Latin America. This search for new development models against capitalism have implied a constant clash between the media system which was consolidated during the installation of the neoliberal model along the 1990's and the left-leaning governments. This article performs an analytical description of the legal modifications and the new media laws in these countries; thereby, we expose a comparative research between them. Our analysis shows that legislative processes have much in common among the countries, for example, the efforts to create an efficient anti-monopoly legislation. Finally, we talk about the existence of a regional alignment in the communication politics.

**Key words:** media, media laws, media structure, leftist governments, hegemony.

**Resumen:** Los reiterados triunfos electorales de varios jefes de Estado sudamericanos, cuyos programas y discursos cuestionan los postulados básicos del modelo capitalista, sobre todo en su etapa neoliberal, han llevado a diversos autores a plantear que el epicentro de la lucha ideológica de la izquierda mundial se ha desplazado hacia América Latina. Una de las múltiples consecuencias que esa búsqueda de nuevos modelos de desarrollo y de "estrategias de salida" a la dominación capitalista provoca es una pugna constante entre la actual estructura mediática, consolidada durante la etapa neoliberal, y los gobiernos progresistas. Ese antagonismo será objeto de estudio de esta investigación; en esa línea el presente artículo analiza tanto las revisiones legislativas de políticas de comunicación como las nuevas leyes de medios que están aprobándose en la mayoría de los países sudamericanos. Ello se efectúa metodológicamente con un análisis de legislación comparada. A modo de hipótesis, postulamos la existencia de un alineamiento político-comunicacional entre los países que integran el ALBA y el Mercosur en esta materia.

**Palabras clave:** medios, leyes de medios, estructura mediática, gobiernos de izquierda, hegemonía.

## Introducción

En la última década hemos podido presenciar en Sudamérica el triunfo reiterado de gobiernos de izquierda y centro izquierda, y una aceptación creciente entre su población de la idea de construir una sociedad poscapitalista e incluso socialista. Al conceptualizar esta tendencia, algunos autores hablan del giro a la izquierda del continente, otros del continente de izquierda (Avilés, 2012; Sader, 2009; Borón, 2008). En ese sentido, la estrategia de retirada defensiva —postura defendida por Castañeda (2005, 2008) en la década de 1990 y que fue asumida por una parte importante de la izquierda latinoamericana para hacer frente al bloque neoliberal— ha sido reemplazada por otras más ofensivas, que cuestionan el neoliberalismo en diversos ámbitos y muestran un distanciamiento crítico con las tradicionales políticas de alianza que los gobiernos sudamericanos solían mantener con Estados Unidos.

Los triunfos electorales reiterados de varios jefes de Estado, como los de Bolivia, Ecuador y Venezuela, cuyos programas no buscan un mejor capitalismo, como lo plantea la llamada Tercera Vía, sino cuestionar los postulados básicos de este sistema, han llevado a diversos autores a plantear la hipótesis del desplazamiento del epicentro de la lucha ideológica hacia América Latina (Halimi, 2011). Incluso el Partido de los Trabajadores (PT) brasileiro, en el documento final de su IV Congreso (2011) y que fue leído por Lula Da Silva, habla de un necesario relevo que la izquierda latinoamericana debe efectuar de la izquierda europea.

Esta última es descrita como “demasiado capitalista, demasiado estadounidense”, afirmándose que “estamos viviendo un desplazamiento geográfico de la dirección ideológica de la izquierda en el mundo: en ese contexto se distingue a América del Sur (...) La izquierda de los países europeos que tanto influyó a la izquierda mundial en el siglo XX, no logró aportar respuestas adecuadas a la crisis y parece capitular frente a la dominación del capitalismo” (Partidos dos Trabalhadores, 2011).

Es así que mientras para el convencional conocimiento de occidental europeo el socialismo no está sino muerto, el presidente boliviano Evo Morales proclama el nacimiento del socialismo comunitario<sup>1</sup> (Ellner, 2012: 105). Y tanto en Venezuela como en Ecuador se ha propuesto el *Socialismo del Siglo XXI* como horizonte posible para la realidad latinoamericana y como alternativa para enfrentar la crisis orgánica actual del capitalismo.

---

1 Lo que le permite diferenciarse del llamado socialismo de Estado al entregar medios de producción a la comunidad.

Existen, eso sí, diferencias en las velocidades y en las intensidades con las que se llevan a cabo estos procesos reformistas. Ellner (2012), por ejemplo, distingue entre gobiernos de centro-izquierda (Argentina, Brasil y Uruguay) y de izquierda (Bolivia, Ecuador, Venezuela). El mismo presidente ecuatoriano Rafael Correa ha señalado que América Latina es hoy un continente en movimiento, “por la presencia simultánea de gobiernos progresistas y gobiernos revolucionarios” (Correa, 2008: 296).

En Venezuela, Bolivia y Ecuador sus máximos dirigentes hablan explícitamente de la Segunda Independencia y de la construcción de una nueva sociedad basada en la idea del Socialismo del siglo XXI. Aquí nuevas coaliciones políticas han desplazado del gobierno a los partidos tradicionales de la burguesía, aliados estratégicos del imperialismo estadounidense. Se han aprobado nuevas constituciones y se ha realizado una serie de medidas económicas y políticas para consolidar la independencia frente al capital extranjero. En los tres países se han renacionalizado los sectores estratégicos de la economía y en Ecuador, por ejemplo, la nueva Constitución prohíbe expresamente la instalación de bases extranjeras en su territorio.

Asimismo, los recursos naturales se declaran estatales. En Bolivia, el vicepresidente Álvaro García Linera describe la construcción del nuevo bloque de poder bajo la conducción del Movimiento al Socialismo, MAS, como étnica y clasista radicalmente distinta al antiguo bloque de poder. “Lo que está aconteciendo hoy en Bolivia no es, por tanto, una simple mutación de las élites en el poder, sino una auténtica sustitución de la composición de clase del poder del Estado, cuya radicalidad es directamente proporcional a la distancia de clase y cultural entre el bloque social emergente y el bloque social desplazado” (García Linera, 2008: 400).

En 2005, el fallecido presidente Hugo Chávez proclamó el carácter socialista del proceso bolivariano, nacionalizó sectores como las telecomunicaciones, los bancos, la electricidad y el acero, y en contra del recetario neoliberal, puso fin a la autonomía del Banco Central y autorizó el empleo parcial de las reservas internacionales para financiar programas sociales (Alvarado, 2009). Asimismo, se han incentivado otras formas de propiedad como las cooperativas. Se estima que éstas involucran a más de 2.5 millones de venezolanos o 14% de la fuerza laboral y que contribuyen con un 8% del PIB (Piñeiro, 2009: 310). También destacan en Venezuela las “Misiones”, una modalidad nueva de organizar la gestión de las políticas públicas y sociales contra la pobreza y la exclusión social (Alvarado, 2009).

Por su parte, los gobiernos de centro izquierda de Argentina, Brasil y Uruguay, “los gobiernos progresistas”, como los define el presidente Rafael

Correa (2008), no llevan a cabo procesos de transformación tan radicales ni tienen una orientación socialista evidente. Se trata de gobiernos reformistas, cuyas críticas centrales se dirigen a las políticas neoliberales, pero no necesariamente a la transformación del estado capitalista (Ellner, 2012).

Tienen en común que transitaron de gobiernos desarrollistas en los años cincuenta y sesenta, a dictaduras militares neoliberales en la década de 1970 y 1980 y luego a gobiernos civiles neoliberales en los años noventa, para llegar a la actual etapa de “gobiernos civiles neo-desarrollistas” (Espinosa, 2012: 126). En estos países se ha reorientado el modelo de desarrollo que, alejándose del dogma neoliberal, apuesta por el capitalismo productivo nacional, se mantienen los incentivos a la inversión extranjera, especialmente en la explotación de los recursos naturales, aunque ahora con una fuerte incidencia del Estado en el despliegue de estrategias de intervención económicas y políticas, en alianza con amplios sectores populares movilizados.

Por encima de esas diferencias, sin embargo, todos estos gobiernos tienen en común que a la hora de asumir se encontraron en sus respectivos países con una estructura mediática altamente concentrada, en un mercado comunicacional dominado por pocos grupos, con una clara tendencia ideológica. Y a la hora de gobernar y de impulsar medidas cuestionadoras de la ortodoxia neoliberal como las descritas han debido enfrentar una férrea y permanente oposición de los principales medios tanto escritos, radiales como audiovisuales, que, en su mayoría pertenecen a grupos económicos que adversan a estos gobiernos.

Este contexto mediático-comunicacional con el que los nuevos gobiernos sudamericanos se encuentran se consolidó durante la década de 1990, en el marco de los procesos de privatizaciones masivas y de desregulaciones que afectaron al continente (Estrada, 2012; Wood, 2009). Es decir, la actual conformación de la estructura mediática sudamericana es consecuencia de la estructura económica del capitalismo neoliberal, por lo tanto, proponer reformas a las bases económicas y políticas del modelo significa inevitablemente chocar con su sistema mediático, en palabras de Marx, “con sus medios de producción mental”.

En ese sentido, si bien los países muestran diferencias como las mencionadas en las intensidades con las cuales se oponen al recetario neoliberal, tienen en común la existencia de fuertísimas tensiones con los medios hegemónicos. Esta tensión es doble: por un lado, los medios se han convertido en los principales opositores de los gobiernos, y, por otro, la concentrada estructura de propiedad de la industria medial (Becerra y Mastrini, 2009;

Reig, 2011) dificulta la exposición y circulación de discursos alternativos y diversos que representen a la base electoral y política oficialista. En ese sentido, a pesar de los triunfos electorales, los discursos mediáticos hegemónicos siguen siendo los de la oposición.

El modo en que los gobiernos sudamericanos en cuestión hacen frente e intentan resolver esta situación de concentración mediática, de oposición político comunicacional y de escasa diversidad discursiva será analizado en las próximas páginas. En ese sentido, el objetivo principal de este artículo consiste en describir analíticamente la lucha político-comunicacional que hoy tiene lugar en el subcontinente. Para ello y a modo de objetivos específicos, nos concentraremos en describir las estrategias discursivas que los presidentes han protagonizado en su relación con los medios hegemónicos; asimismo, analizaremos lo que hemos conceptualizado como una tendencia revisionista de las leyes de medios en Sudamérica.

Nos referimos a iniciativas legislativas que buscan modificar legalmente la relación *sistema político-sistema medial*. Efectivamente, en Argentina, Bolivia, Venezuela, Uruguay, Ecuador y Brasil se han verificado —con diferentes intensidades— procesos de discusión ciudadana y legislativa en torno a las políticas de comunicación heredadas de la etapa neoliberal de los años noventa y a sus posibles modificaciones.

Respecto de estas nuevas políticas de comunicación, postulamos a modo de hipótesis principal la existencia de un alineamiento regional en torno a los marcos legales que se están implementando entre los países que integran el Alba y el Mercosur; el objetivo es crear una nueva base normativa sobre la relación democracia-sistema de medios. Como hipótesis secundaria postulamos que dicho alineamiento tiene una inspiración histórica común: el pensamiento comunicacional latinoamericano de la década de 1970 y las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que entonces se trataron —sin éxito— de implementar en parte del continente.

Siguiendo estas hipótesis, creemos que el subcontinente puede ser analizado como un caso particular sobre el modo como se está configurando la relación medios —democracia, en comparación con el resto del mundo, donde la tendencia es a la concentración de la industria—. Esto está directamente relacionado con las singularidades de la actual dinámica política del subcontinente, porque si bien es cierto que, por un lado, existe en Sudamérica una alta concentración mediática propia de las democracias capitalistas (Corrales y Sandoval, 2005; Becerra y Mastrini, 2009a; Becerra y Mastrini, 2009b), por otro —y esto nos diferencia—, vemos en esta parte del mundo esfuerzos de la

sociedad política y de la civil por construir tanto en el plano económico, político como en el comunicacional alternativas a la lógica neoliberal. Eso hace de Sudamérica hoy “un territorio en disputa” (Estrada, 2012: 313), tanto en el plano político, en el económico y como en el comunicacional.

### **Centralidad de los medios de comunicación en la lucha ideológica**

Al analizar estos intentos por cambiar las sociedades capitalistas sudamericanas es importante considerar que el campo de batalla donde se dirimen hoy las contradicciones mundiales del “capitalismo democrático” (Borón, 2000: 38) se ha vuelto muy complejo. La crisis capitalista actual se manifiesta de modo que los mercados y las instituciones financieras internacionales se imponen globalmente a los Estados, especialmente en Europa. Davis (2012: 10) sostiene que los países deudores en Europa han perdido el control sobre su política monetaria y “se han visto obligados a desfoliar sus sectores públicos bajo supervisión de técnicos de la UE y del FMI” Blackburn (2012: 32) afirma que el resultado de la crisis en Europa ha sido “la instalación en los gobiernos de coaliciones tecnocráticas carentes de un mandato electoral”.

Löwy (1998: 162) lo advertía hace más de una década: “Nunca antes tuvo el capitalismo una red tan densa de instituciones que le permitieran controlar, gobernar y administrar la vida de la humanidad de acuerdo a las normas capitalistas del libre mercado y la maximización de la ganancia”.

Una de esas instituciones que están al servicio del capital, especialmente de su legitimación política e ideológica, y que forma parte de esa complejidad del capitalismo actual son las grandes cadenas mediáticas. Por ejemplo, el ocultamiento del déficit democrático de las sociedades capitalistas se realiza, en buena medida, con la complicidad ideológica de los medios, gracias a una alianza entre sectores económicos, políticos y mediáticos que se ha ido construyendo históricamente y que se ha vuelto posible, fundamentalmente, gracias a la tendencia oligopólica de la industria comunicacional.

A partir de la década de 1980 el campo mediático comienza a experimentar globalmente un acelerado proceso de concentración —del mismo modo que otras empresas capitalistas— y en la actualidad los medios son claramente una industria concentrada (Dragomir, 2007; Faingezicht, 2007; Reig, 2011). Este proceso demostró que en la actual etapa del capitalismo debía ocurrir en el plano de los flujos discursivos lo mismo que en la dimensión netamente económica, de modo tal que las lógicas del capitalismo se reflejaran también en las instituciones responsables de la comunicación masiva.

Por lo mismo, algunos autores hablan de “la economía de la información” cuando se refieren a los medios (Bourdieu, 1998; Thompson, 1998), pues tal como la globalización concentró el proceso de producción capitalista, creó también una estructura mediática mundial concentrada, con la complicidad de los Estados que promovieron la eliminación de las regulaciones a la propiedad.

La importancia de los medios para el capitalismo se ha vuelto hoy cada vez mayor. De acuerdo a Fuchs (2010: 22) vivimos “una fase cualitativamente nueva del desarrollo capitalista en la cual el capital mediático y cultural son de importancia central para la acumulación capitalista”. Para Garnham (1990), la producción de formas simbólicas —por ejemplo, el discurso medial— es un subsistema específico de la economía capitalista. Los medios además tienen importancia ideológica.

Althusser (2003) los identificaba como parte de los Aparatos Ideológicos del Estado (AIE), la base material de la ideología y encargados de diseminarla para garantizar la reproducción de las relaciones de producción capitalista. Fuchs (2010) recuerda que para Marx y Engels los medios frecuentemente juegan un rol ideológico de tecnologías de la conciencia y legitiman la dominación de modo tal que el *statu quo* es naturalizado por los medios y representado como cosas inmodificables. La famosa cita de La Ideología Alemana cobra hoy pleno sentido cuando pensamos en el rol ideológico de los medios y su alianza con el capital, “la clase que tiene los medios de producción materiales a su disposición tiene el control, al mismo tiempo, sobre los medios de producción mental” (Marx, 1970).

Bajo estas premisas podemos, por un lado, considerar al campo comunicacional como parte de “los nuevos fenómenos que caracterizan el capitalismo en la era de la globalización” (Harnecker, 2005: 144) y, por otro, conceptualizarlos como un campo de poder donde se expresan dinámicas tanto transicionales como de conservación del sistema político (Bourdieu, 1998; Fairclough, 1997; Garretón, 2007). De este modo, explorar dicho campo es una manera de analizar dinámicas sociales.

## **El campo comunicacional sudamericano y la lucha anticapitalista**

El sistema de medios occidental ha sido analizado en múltiples ocasiones por investigadores de diversas disciplinas. Sin embargo, las singularidades del actual contexto sudamericano a las que hemos hecho referencia en la introducción requieren un enfoque complementario. Frecuentemente los análisis



realizan generalizaciones acerca de la relación entre medios y sistema político que consideran la realidad europea y estadounidense, pero que no han sido probados en otros contextos, políticamente más dinámicos, como el actual contexto sudamericano en el cual se plantea la búsqueda de alternativas a la sociedad neoliberal (Porto y Hallin, 2009). En esta parte del mundo presenciamos esfuerzos de la sociedad civil y de la sociedad política por la transformación del capitalismo (Borón, 2008; Dieterich, 2007; Robinson, 2012).

Como señalamos antes, esta batalla ideológica por buscar “estrategias de salida” (Borón, 2008: 59) ha significado tensiones constantes entre la estructura mediática sudamericana que se consolidó durante la instalación del modelo neoliberal en la década de 1990<sup>2</sup> y los gobiernos que ahora quieren modificar dicho modelo.

Los medios controlan la circulación masiva de discursos y varios autores han denunciado la legitimación ideológica que realizan de las contradicciones e incluso aberraciones de las democracias capitalistas (Herman y Chomsky, 1990; Ramonet, 2003; Serrano, 2008). En ese contexto de tensión debemos entender una serie de iniciativas que los gobiernos sudamericanos se encuentran efectuando con el fin de modificar el ordenamiento jurídico y político de la estructura mediática; asimismo, parte importante de la batalla por la hegemonía tiene lugar en torno y al interior del campo comunicacional.

Esto implica tensiones con las instituciones que monopolizan los flujos informativos, instituciones que con el tiempo se han convertido en nodos centrales de la comunicación política masiva, que cuentan con importantes recursos financieros y muestran altos grados de autonomía frente a los gobiernos de turno y que hoy, como nunca, son actores políticos de trincheras y una férrea oposición a la cual se enfrentan las estrategias reformistas y revolucionarias.

### **Reconfiguración del sistema tradicional de partidos y refugio en estructura mediática**

Los constantes triunfos de los presidentes progresistas desde 1998 en adelante han implicado, entre otros, la reconfiguración del sistema de partidos en las naciones sudamericanas. Con la aparición de nuevos líderes, de nuevas

---

2 Gracias a la acción y complicidad de gobiernos neopopulistas (Coniff, 2003), como los de Fujimori en Perú, Menem en Argentina o Bucarán en Ecuador, pero también gracias al apoyo de presidentes que provenían de la izquierda tradicional como Andrés Pérez en Venezuela, Ricardo Lagos en Chile y Fernando Cardoso en Brasil.



mayorías y de nuevos referentes políticos, los partidos tradicionales que habían dirigido el destino de sus países en las últimas décadas comenzaron a ser seriamente cuestionados, desplazados y en ocasiones marginados. En un sentido gramsciano, se ha ido conformando un nuevo liderazgo político e intelectual, un nuevo bloque de poder en Sudamérica.

Partidos con décadas de existencia, que jugaron un rol clave en la instalación y legitimación del neoliberalismo en el continente, como Alianza Democrática (AD) y Comité de Organización Política Electoral Independiente (Copei) en Venezuela, el Partido Social Cristiano de Ecuador, el Movimiento Nacionalista Revolucionario en Bolivia, Partidos Blanco y Colorado en Uruguay, etcétera, sufrieron debacles electorales ante los arrolladores y repetidos triunfos del Movimiento al Socialismo (MAS) en Bolivia, el Partido Socialista Unido de Venezuela, Alianza País en Ecuador, Frente Amplio en Uruguay, Partido de los Trabajadores en Brasil, etcétera (Altman *et al.*, 2008; Braun y Straw, 2009).

Las derrotas de los antiguos partidos y los triunfos de los gobiernos progresistas tornaron muy inestable el sistema político tradicional, provocando dinámicas centrífugas, una reconfiguración del mapa, el repliegue de las antiguas organizaciones partidarias y la consolidación de nuevas. Estas han desplazado a las orgánicas partidarias tradicionales, y de ellas han surgido nuevos líderes que, como Chávez, Maduro, Morales y Lula no pertenecen a la élite nacional ni a la oligarquía. Por primera vez un mestizo, por primera vez un indígena y por primera vez obreros asumen las presidencias.

En dicho contexto de repliegue de las estructuras políticas tradicionales de la burguesía, el sistema de medios en Sudamérica ha proveído refugio y retaguardia a los actores de la derecha. Esto ha sido posible ya que los cambios políticos de la última década si bien permitieron desplazar a las oligarquías del Poder Ejecutivo, apenas han cambiado las relaciones medios-Estado construidas en las décadas de 1980 y 1990.

Durante los últimos diez años los representantes políticos de la oligarquía se han convertido en minoría en los poderes ejecutivos y legislativos, situación que los ha obligado a reaccionar y maniobrar. Como explica García Linera (2008), se han visto obligados a buscar otras formas en la lucha empresarial por el control de las estructuras decisionales del poder político. “El bloque de poder del viejo Estado, carente de un nuevo proyecto político general, se ha replegado. Estamos ante un nuevo sistema político donde se están reconfigurando cinco aspectos: las características clasistas y culturales del nuevo bloque de poder estatal; las nuevas fuerzas políticas duraderas en

el país, los nuevos liderazgos generacionales, la distribución territorial del poder estatal y, por supuesto, el nuevo sistema de ideas antagonizables a mediano y corto plazo” (García Linera, 2008: 400).

En este nuevo contexto los medios se convierten en los más identificables defensores públicos y guardianes políticos de los intereses económicos capitalistas. Como explica Britto (2004: 46) para el caso de su país, “en Venezuela la universal contradicción entre medios y partidos, se convirtió en sustitución”. Ocurre entonces que la estructura de medios acoge a la dañada estructura política del bloque que representaba los intereses del capital en los espacios institucionales, así los principales medios sudamericanos comienzan a ejercer en la última década “la dirección política e ideológica de la derecha latinoamericana” (Sader, 2009: 69) y se convierten en el lugar desde el cual actúan los intelectuales orgánicos de la oligarquía.

Este acoplamiento orgánico de la derecha política con el sistema de medios ha resultado relativamente natural, ya que a partir de la década de 1980 se había consolidado una serie de condiciones objetivas para ello. Por un lado, gracias a la acción cómplice de los gobiernos, se desreguló el sector comunicacional, se debilitaron los controles antimonopólicos y se permitió la existencia de una oligopólica estructura de propiedad que favorece ideológicamente a la derecha. Por otro lado, gracias a legislaciones pro-mercado los medios gozan de altos grados de autonomía frente a los gobiernos, situación propia del proceso privatizador que sufrió América Latina en las últimas décadas (Wood, 2009). Incluso muchas de las leyes que han regulado el funcionamiento de la industria mediática sudamericana fueron aprobadas durante los regímenes dictatoriales como en Chile (1982), Uruguay (1977), Brasil (1967), Ecuador (1975) y Argentina (1980), con las cuales se sentó las bases de la seguridad jurídica de la que gozaron los medios después.

Si bien la derecha sufre importantes caídas en las preferencias electorales en Bolivia, Ecuador, Venezuela, Uruguay, Brasil y Argentina, gracias al alto consumo mediático de la población, tiene asegurado un contacto diario con una audiencia masiva a través de los medios. Es decir, no tiene los electores, pero tiene una gran audiencia.<sup>3</sup> Y en la lógica de mercado, audiencias masivas

---

3 En América Latina la penetración de internet es aún limitada, aunque creciente. De acuerdo a los datos provistos por Internet World Stats (dic. 2011), el promedio de penetración es del 32.1 % de su población. Los países con mayor acceso a la red son Argentina (50.4%), Chile (48.9%) y Colombia (47.6). Los países mencionados en este artículo tienen aún menores tasas de penetración: Uruguay (38.3%), Brasil (36.2%), Venezuela (33%), Ecuador (12.6%) y Bolivia (10.7%).

atraen avisaje y publicidad, es decir, recursos económicos. En efecto, el campo comunicacional ha adquirido creciente peso económico. En 2004, por ejemplo, la importancia económica de este sector se aproximaba, en promedio, a un 5% del PIB del conjunto de los países latinoamericanos (Becerra y Mastrini, 2009).

Los puntos anteriores sirven para explicar por qué la derecha latinoamericana encuentra en el campo comunicacional su propia estructura de repliegue defensivo y el *locus* desde el cual articularse y desarrollar sus estrategias políticas en un contexto nuevo, inestable y desfavorable. Los medios se convierten de este modo en la oposición política principal y más visible a los nuevos gobiernos sudamericanos. Como dice Reig (2011: 151), “los medios están descaradamente unidos a las opciones políticas y son frecuentes los duopolios mediáticos”.

Por ejemplo, en Argentina el Grupo Clarín es la principal corporación multimedial de ese país, concentra el 31% de la circulación de periódicos, el 28% de la audiencia de la televisión abierta (Becerra y Mastrini, 2009) y es propietario de los siete principales sitios de internet en relación con el número de visitas (Igarza, 2010). Este imperio mediático se ha enfrentado permanentemente al gobierno del ex presidente Néstor Kirchner, primero, y al de la presidenta Cristina Fernández, después. En Brasil, el ex presidente Lula da Silva y la actual presidenta Dilma Rouseff han vivido permanentes tensiones con el grupo empresarial Globo, dueño de la Red Globo de Televisión, la más importante del país que concentra casi el 64% de la audiencia de la televisión abierta y férreo opositor a cualquier modificación de la situación jurídica de los medios. En la televisión por cable (paga) este grupo controla el 45% del total de facturación en el país y casi el 40% de los abonados (Becerra y Mastrini, 2009).

En Venezuela el principal grupo mediático es el poderoso grupo Cisneros, con presencia en toda América Latina y en diversos ámbitos de la economía. Posee, entre otros, el canal de televisión abierta Venevisión, opositor al gobierno de Hugo Chávez. En este país, de los cuatro canales de televisión con alcance nacional, tres están en manos de grupos opositores al gobierno bolivariano (Globovisión, Venevisión y Televen), y concentran el 90% de la audiencia. En Ecuador, seis de los siete canales de TV con cobertura nacional son propiedad de la banca. Dos diarios, *El Comercio* y *El Universal* concentran más del 65% de las ventas y de la circulación de la prensa nacional. Este duopolio se ha convertido en un férreo adversario del presidente Rafael Correa, quien ha debido lidiar con ambos grupos empresariales desde que inició su primer gobierno.

No es novedad caracterizar teóricamente a los medios como actores políticos, diversos autores le asignan esa función (Borrat, 1989; Curran, 2003; Herman y Chomsky, 1990; Mazzoleni y Schulz, 1999). Lo novedoso es que en el contexto descrito ocurre una verdadera sustitución de la oposición política por la de los medios. Esto significa que el enfrentamiento clásico entre oposición y gobierno se ha convertido en una disputa permanente entre oficialismo y medios. Este antagonismo significa un desafío de la mayor importancia para los gobiernos progresistas sudamericanos. Por lo mismo, son diversas las iniciativas político-comunicacionales que se han tomado en los últimos años para contrarrestar y limitar el efecto ideológico de los medios hegemónicos y para cambiar la relación medios-Estado.

Las estrategias de los gobiernos en cuestión para enfrentar este antagonismo muestran significativas coincidencias. En ese sentido, postulamos la existencia de un alineamiento subcontinental en la implementación de las estrategias político-comunicacionales. La observación realizada permite identificar dos ámbitos como los principales —aunque no los únicos— en los que se impulsa una serie de acciones. El primero es ideológico-discursivo y está protagonizado directamente por los presidentes de los países en cuestión. El segundo es político-legislativo y su propósito es cambiar la dinámica medios-Estado y la relación democracia-medios; aquí los partidos políticos con representación parlamentaria y los movimientos sociales han asumido un rol prominente.

### **La lucha político comunicacional: el rol de los presidentes sudamericanos**

Teóricamente la relación entre los presidentes y los medios de comunicación en las democracias occidentales ha sido descrita y conceptualizada por la llamada Teoría del Agenda Setting (MacCombs, 1996, 2003), teoría sustantiva que se preocupa de explorar empíricamente la relación entre los temas que los medios ponen en agenda y cómo dichos temas afectan los discursos de las personas. Uno de sus postulados centrales sostiene que los jefes de Estado son actores políticos que —a diferencia de otros— tienen altas posibilidades de influir en la agenda mediática y, por lo tanto, de colocar temas en el debate público. Serían, en ese sentido, “instaladores de agenda” privilegiados. Por lo mismo, los medios siempre están pendientes de sus opiniones, los entrevistan y monitorean sistemáticamente.

Lo común suele ser que la mayoría de los presidentes de las democracias capitalistas coinciden en sus perspectivas políticas con la de los medios hegemónicos y los dueños de las corporaciones y, por lo mismo, suelen ser

momentos de excepción cuando hay divergencias notorias y públicas. Rara vez cuestionan la línea editorial de los medios, más bien tienden a mantener una (aparente) neutralidad al respecto, neutralidad que muchas veces oculta una alianza ideológica entre el campo político y el campo mediático.

En contraste, en los países latinoamericanos que nos ocupan las máximas autoridades de gobierno lejos de guardar neutralidad han asumido en los últimos años un rol discursivo protagónico en la pugna político-comunicacional. En ese sentido, los dirigentes usan el poder de agenda que les otorga su posición política para criticar el discurso de los medios. No es raro observar cómo los presidentes sudamericanos responden a los planteamientos mediáticos cuestionando las visiones de mundo que éstos ofrecen y cuestionando, en términos generales, el rol de la prensa en las democracias capitalistas, advirtiendo a la ciudadanía a desconfiar de los mensajes periodísticos y denunciando la concentración de propiedad de la industria como un peligro para la democracia.

Se trata de una acción que podríamos describir como de “discurso contra discurso”. Los presidentes, y a menudo también otras altas autoridades, han entrado de lleno en la batalla mediática y sus discursos denuncian explícitamente las estrategias ideológicas de los medios. Se trata de una situación novedosa para la teoría y de un desafío práctico para los medios, es decir, cómo proceder con los instaladores de agenda que cuestionan la agenda medial.

De este modo, hoy presenciamos una permanente tensión y contradicción entre la agenda que proponen los medios hegemónicos y los discursos públicos de los instaladores de agenda. A modo de ejemplos que ilustran esta tensión, citemos algunas declaraciones de estas máximas autoridades:

- José Vicente Rangel, ex vicepresidente de la República Bolivariana de Venezuela: “La internacional mediática hace el trabajo sucio. Bombardea sistemáticamente para ablandar posiciones y confundir a la opinión pública. El medio, devenido en partido, en fuerza armada, en iglesia, es el principal promotor de la desestabilización en América Latina; es el motor de la guerra de cuarta generación” (revista *Punto Final*, Chile, mayo de 2010).
- Evo Morales, presidente de Bolivia: “En el referendo revocatorio la peor derrotada ha sido la prensa. ¡Semejante prensa contra Evo y también semejante apoyo del pueblo: 67 por ciento!” (*Página 12*, Argentina, 19 de octubre de 2008).
- Cristina Fernández, presidenta de Argentina: “Esta vez no han venido acompañados de tanques, esta vez han venido acompañados por algunos

generales multimediáticos, que además de apoyar el *lockout* al pueblo, han hecho *lockout* a la información, cambiando, tergiversando, mostrando una sola cara” (*Página 12*, Argentina, 1º de abril de 2008).

- Rafael Correa, presidente de Ecuador: “Los medios de comunicación son los que han respaldado las dictaduras, los que han callado las represiones, los atracos bancarios, etc., y son los que persiguen a los gobiernos que queremos cambiar las cosas. Desmitifiquemos eso, por favor, por favor, no nos engañemos, entendamos lo que vive América Latina. Ustedes se creen propietarios de la opinión pública, y no, ustedes son propietarios de la opinión publicada. La opinión pública es la de nuestros pueblos” (19 de marzo de 2012, entrevista en Televisión Española).

Esta tensión es mutua. Por un lado, los medios tienen ahora como antagonistas a las máximas autoridades políticas que suelen ser fuentes privilegiadas del discurso periodístico y que forman parte de las rutinas de monitoreo de los medios; y por otro, los presidentes tienen a los principales medios como oposición y no cuentan con éstos como canales de difusión masivos para dar a conocer a la ciudadanía sus puntos de vista sobre las diversas materias que la gestión gubernamental entraña.

### La lucha político-comunicacional: revisionismo legislativo

En el marco de lo que calificamos antes como un alineamiento regional en la lucha comunicacional, presenciamos hoy en la mayoría de los países de Sudamérica procesos de revisionismo legislativo que, en parte, dan cuenta de la tensión recién descrita. Nos referimos a iniciativas políticas impulsadas por el Poder Ejecutivo, por los partidos aliados y por parte importante de la sociedad civil cuyo propósito es revisar críticamente las leyes que han regulado el funcionamiento de los medios de comunicación, muchas de las cuales, como se señaló antes, fueron promulgadas durante la época dictatorial sudamericana. En efecto, hoy la mayoría de los Estados y congresos de los países del subcontinente se encuentran discutiendo sus leyes de medios y promulgando nuevas.

Desde el punto de vista del avance legislativo, Venezuela, Argentina, Uruguay, Ecuador y Bolivia son los países más adelantados, pues en todos ellos ya se aprobaron nuevas leyes de medios. En tanto, en Brasil se han realizado discusiones en la sociedad civil y se ha anunciado un proyecto de ley. En Argentina, en 2009 se votó en el Senado la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que reemplaza una normativa vigente desde 1980. En 2008, Uruguay aprobó una nueva regulación específica para los medios co-



munitarios (también llamado tercer sector de la comunicación), y en 2013 el gobierno de Mujica ingresó a discusión legislativa un proyecto de ley para contar con nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual que reemplazará la de 1977.

En Venezuela se promulgó la Ley Orgánica de Telecomunicación (2000), el Reglamento de Radiodifusión Sonora y TV Abierta Comunitaria (2002) —que como en Uruguay legaliza y norma al tercer sector de la comunicación— y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2005). En agosto de 2011 el Presidente Evo Morales promulgó la Ley General de Telecomunicaciones Tecnologías de Información y Comunicación. En Ecuador el 2014 comenzó a regir la Ley Orgánica de Comunicación que reemplaza la que estaba vigente desde 1975. Antes, en abril de 2011, el presidente Rafael Correa convocó a un referéndum nacional y tres de 14 preguntas se relacionaban directamente con los medios. Una de ellas (que como todas las demás fue aprobada mayoritariamente por la ciudadanía) propuso prohibir que grupos financieros pudieran ser dueños de medios de comunicación. En Brasil, en tanto, la presidenta Dilma Ruseff anunció para el 2014 la discusión de una nueva ley de medios y previamente, en diciembre de 2009, se realizó la I Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom) que fue antecedida por asambleas en todo el país en las cuales más de diez mil personas discutieron en torno a la comunicación, los medios brasileiros y la necesidad de una nueva políticas de comunicación (Lemos, 2010). A su vez, en marzo de 2014 y en respuesta al espionaje estadounidense que afectó al gobierno de Brasil, el senado brasileiro aprobó el “Marco Civil de Internet”. Se trata de una de las pocas leyes en el mundo en el campo de Internet que crea mecanismos para proteger al usuario y que garantiza la inviolabilidad de la intimidad, de la vida privada y de la confidencialidad del flujo y de las comunicaciones privadas amenazadas actualmente en la red.

Respecto de todas estas iniciativas es interesante observar que las definiciones conceptuales que las sustentan, las orientaciones político-comunicacionales que las guían y las discusiones legislativas que se han tomado en estos países coinciden plenamente. En términos generales —más adelante se especifican— las nuevas políticas de comunicación buscan modificar la relación entre comunidad y comunicación, la forma en que el modelo comunicacional hegemónico entiende y se relaciona con las audiencias, diversificar la oferta mediática, rediseñar radicalmente la gestión del espacio radioelectrónico (que es un bien público), poner límites a la concentración y modificar el rol central que el mercado cumple en el sistema medial así como la mínima regulación que el Estado ejerce sobre lo comunicacional.



Considerando que tanto la radio como la televisión (libre y por suscripción) deben usar para su funcionamiento un recurso público (el espacio radioelectrónico), no así la prensa escrita que es, fundamentalmente, una actividad ligada al mundo privado, los medios más afectados en la construcción de esta nueva ecología mediática son éstos dos, los que, a su vez, son los más consumidos por la población.

Las coincidencias centrales de las nuevas políticas de comunicación en estos países son las siguientes:

*La génesis:* Los debates político-legislativos revisionistas iniciaron a comienzos de la década del 2000, coincidiendo con la crisis del modelo neoliberal en gran parte de Sudamérica, con el ascenso de los movimientos sociales y con la llegada al poder gubernamental de nuevas coaliciones que han cuestionado la ortodoxia neoliberal, entre ella y el funcionamiento del sistema de medios.

*Carácter antimonopólico de las leyes y restricciones a la propiedad:* Las nuevas leyes prohíben los oligopolios y limitan la concentración y el número de licencias por actor. Se desmercantiliza así parcialmente el mercado mediático, hasta ahora dominado por pocos grupos comerciales. En cuanto al carácter antimonopólico todas las nuevas normativas ponen límites a la propiedad cruzada y vertical. Según la ley argentina, por ejemplo, un mismo concesionario sólo puede tener una licencia audiovisual sobre soporte satelital y sólo hasta 10 señales sonoras, de televisión abierta o cable; asimismo, a ningún operador se le permite que dé servicios a más del 35% del total de la población del país. En Venezuela, el artículo 191 de la Ley Orgánica de Telecomunicación señala que ninguna persona natural o jurídica o grupo de personas podrá “obtener en concesión o llegar a controlar más de una estación de radiodifusión o televisión abierta, en la misma banda de frecuencia por localidad”. En Ecuador, luego del plebiscito del 2011, está prohibido que grupos financieros puedan ser dueños de medios de comunicación y la Ley Orgánica de Comunicación aprobada en 2013 prohíbe expresamente en su art. 113 “que las personas naturales o jurídicas concentren o acumulen las concesiones de frecuencias o señales para el funcionamiento de estaciones matrices de radio y televisión”. En Bolivia, es la propia Constitución Política del Estado la que en su art. 108 establece que “los medios de comunicación no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios y oligopolios”.

*Reconocimiento legal de diferentes tipos de propiedad medial:* Todas estas iniciativas legales reconocen explícitamente tres diferentes tipos de propie-

dad en relación con los medios de comunicación: medios públicos, medios privados y, por vez primera, a los medios comunitarios. Como señalamos antes, Venezuela y Uruguay establecieron una legislación específica para el tercer sector de la comunicación. En Ecuador, el art. 70 de la ley señala: “Los medios de comunicación social son de tres tipos: públicos, privados, comunitarios”. Lo mismo ocurre con la ley argentina que reconoce en su artículo 21 que “los servicios de comunicación serán operados por tres tipos de prestadores: de gestión estatal, gestión privada con fines de lucro y gestión privada sin fines de lucro”. La ley boliviana, en su art. 6 distingue entre operadores cuya naturaleza puede ser “pública, privada, cooperativa o comunitaria”. Este reconocimiento es muy importante en relación con los criterios que garantizan las libertades de expresión e información. De acuerdo con la legislación y las recomendaciones internacionales en la materia, hablar de pluralismo en el sistema mediático de un país implica la existencia de diversidad en los tipos de medios, es decir, presencia de medios comerciales (privados con fines de lucro), comunitarios (privados sin fines de lucro) y públicos.

La Unesco (2008) recomienda específicamente la existencia de estos tres tipos de medios y considera dicha mezcla como un indicador clave para el desarrollo y fortalecimiento de la democracia y para establecer lo que se denomina una *ecología mediática sana* en un país: “En general, lo mejor es lograr una diversidad de medios públicos, comunitarios y particulares mediante medidas legales, financieras y administrativas, con disposiciones específicas para alentar a los medios comunitarios y, en el sector de radio y televisión, asignar justa y equitativamente el espectro” (Unesco, 2008: 26).

*Rediseño de la gestión del espectro radioelectrónico:* En todas las legislaciones se garantiza ahora de manera legal y equitativa el acceso de los tres tipos de medios a las frecuencias, modificándose las barreras de entrada y las medidas discriminatorias que afectaban fundamentalmente a los medios públicos y comunitarios, permitiéndose el ingreso de nuevos actores al sistema, aumentando así la competitividad (Bulla, 2010). Asimismo, se cambian legalmente las modalidades de asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico en Venezuela, Argentina, Bolivia, Uruguay y en Ecuador, contemplándose la distribución equitativa de las frecuencias para actores de los tres sectores de la comunicación. Para ello las leyes argentina, uruguaya, ecuatoriana y venezolana reservan un tercio del espacio para los tres tipos de medios. El caso boliviano es ligeramente distinto. Coherente con el carácter plurinacional del Estado con el cual la nueva Constitución política define a Bolivia (aprobada en 2009 con el 62% de los votos), la Ley de Telecomunicaciones distribuye las licencias en hasta 33% para medios públicos, hasta 33%

para medios comerciales, hasta 17% para medios comunitarios y 17% para medios de “pueblos indígenas, originario campesino”.

*Reconocimiento legal del tercer sector de la comunicación (medios comunitarios no comerciales):* Por primera vez en la historia sudamericana los medios comunitarios logran un reconocimiento legal pleno e igual que los medios comerciales. Las consecuencias de este reconocimiento son múltiples. Implica que los medios comunitarios salen de la situación de ilegalidad y semiclandestinidad en la que han operado por décadas. A pesar de ser por años muy activos en el continente y tener una larga tradición de lucha social, el funcionamiento de ellos, tanto radial como televisivo, generalmente ha operado al margen de la ley. Esa situación se mantuvo inalterada con la llegada de los gobiernos democráticos en la década de 1980. Las nuevas leyes ponen así fin a una situación de discriminación regulatoria. Por otro lado, se amplía de este modo la pluralidad de voces, pues nuevos actores tienen ahora la posibilidad de transmitir sus discursos a través de las frecuencias. También se trata de un intento de involucrar de una manera distinta a la comunidad con la comunicación y a los medios con la audiencia.

*Cuotas de pantalla:* Todas las leyes contemplan cuotas de pantalla para favorecer la producción nacional, tanto en programación como en publicidad. Este punto ha significado un estímulo importante para productoras nacionales y también para las artes escenográficas, en general.

*Proceso ciudadano participativo:* Los movimientos sociales jugaron un rol de primer orden en la génesis y en el desarrollo de estas políticas de comunicación (Baranchuk, 2010; Bulla, 2010; Kaplún, 2010; Mauersberger, 2012). En Ecuador, por ejemplo, antes de la aprobación de la ley se realizaron foros sociales en los cuales diversos actores efectuaron más de 600 observaciones y propuestas, gran parte de las cuales fueron recogidas por la Ley Orgánica de Comunicación.

En Argentina, en 2004, la Coalición por una Radiodifusión Democrática, organización integrada por movimientos sociales y universidades públicas, planteó los “21 puntos para una difusión democrática”, base del proyecto de ley. Se realizó un proceso nacional de discusión durante el cual se recibieron más de 1,300 propuestas. 24 foros fueron organizados, junto con 80 debates y más de 15,000 aportes enviados por e-mail. En Uruguay, las bases del proyecto de Ley de Medios Comunitarios fueron elaboradas en el año 2005 por organizaciones de la sociedad civil y académicas. Éstas redactaron un proyecto sobre radiodifusión comunitaria y lograron que los diputados del gobierno lo presentaran y aprobaran en el Parlamento (Kaplún, 2010). En Brasil, en tanto, la presidenta Dilma Ruseff anunció en 2013 la discusión

de una nueva ley de medios y antes, en diciembre de 2009, se llevó a cabo la I Conferencia Nacional de Comunicación (Confecom), que fue antecedida por asambleas en todo el país en las cuales más de diez mil personas discutieron en torno a la comunicación, los medios brasileiros y la necesidad de una nueva política de comunicación (Lemos, 2010).

*Se propone una nueva relación entre comunicación y comunidad:* La legislación argentina (art. 114), por ejemplo, otorga incidencia efectiva a la ciudadanía en la implementación de políticas comunicacionales al incorporar a representantes de la sociedad civil en los órganos oficiales de aplicación de las normativas; asimismo, contempla la realización de audiencias públicas en el proceso de renovación de licencias (art. 40). También el proyecto uruguayo incorpora las consultas públicas (art. 115) y la ley ecuatoriana incorpora el “Principio de participación” (art. 13 y 38). La venezolana opta por incorporar a los ciudadanos en la producción directa de contenido (art. 28, Ley Resorte) al decretar que, al menos, el 70% del contenido emitido por los medios comunitarios debe ser producido por la propia comunidad. Todas estas legislaciones tienen también en común que crean Consejos de Regulación integrados por representantes de los tres sectores que, entre otras atribuciones, fiscalizan y regulan la asignación y renovación de las licencias.

## Palabras finales

A lo largo del texto hemos comparado analíticamente las medidas centrales que se están tomando en los países sudamericanos que integran el Alba y el Mercosur, en el marco de lo que hemos conceptualizado como una lucha político comunicacional que enfrenta a los gobiernos progresistas con los medios de comunicación hegemónicos.<sup>4</sup> Se trata de iniciativas muy similares, “operaciones simultáneas de nuevas regulaciones” (Becerra, 2011: 14) con las que se ha incursionado en un territorio vedado y en un tema hasta ahora tabú en las democracias capitalistas: la seguridad jurídica del concentrado sistema mediático.

En los países analizados presenciamos hoy una acción positiva (en un sentido jurídico) de los gobiernos que va claramente contra una tendencia mundial de desregulación y emancipación de los intereses de las corporaciones sobre lo público que, en el caso de los medios, significa una seria amenaza para la libertad de información y para la existencia de diversidad discursiva.

---

<sup>4</sup> Sólo los países que se han incorporado a la llamada Alianza del Pacífico (Chile, Colombia y Perú) no se han sumado a esta tendencia de renovación de las leyes de medios.

Porque libertad de expresión e información dependen no sólo de la ausencia de censura del Estado, que es la manera tradicional como se concibe este derecho, o sea, como una libertad negativa, sino también de la actuación positiva del Estado, que es lo que estas nuevas políticas de comunicación quieren garantizar frente a la realidad oligopólica.

Estas similitudes en las políticas de comunicación, este alineamiento regional en materia comunicacional no es casual y postulamos que tiene una inspiración histórica común: el pensamiento comunicacional latinoamericano de la década de 1970. Se trata de lo que Marques de Melo denomina *el paradigma latinoamericano en los estudios de comunicación* que, con inspiración crítica y basada en los postulados cristiano-marxistas de Freire (1969, 1970), como también en los de Mattelart (1973) y Matterlart y Dorfmann (1973), se opone a la visión anglo-americana, funcionalista y normativa de la comunicación y de los medios (de Melo, 2004). Dicho pensamiento comunicacional latinoamericano tiene en común la búsqueda de una conexión permanente entre la producción teórica y la praxis con el fin de influir en las políticas de comunicación de los países y de estimular la comunicación comunitaria y participativa (Badillo *et al.*, 2013).

Con esas bases teóricas críticas, sumadas a la influencia que el Informe McBride “Un solo mundo, voces múltiples” de la Unesco ha ejercido sobre el pensamiento comunicacional latinoamericano, se intentan desarrollar en la actualidad Políticas Nacionales de Comunicación (PNC) que no prosperaron en la década de 1970, pero que hoy, con los triunfos de los gobiernos progresistas y la activa participación de los movimientos sociales, han encontrado el momento político adecuado para su implementación y su discusión legislativa.

Y desde el punto de vista de la crítica ideológica, es interesante hacer notar que, si bien los medios hegemónicos son los que gracias a sus posiciones de mercado aún muestran los mayores índices de audiencia, no tienen actualmente la influencia sobre la opinión pública que quisieran. A pesar de la permanente cobertura periodística negativa contra los procesos de cambio social, el discurso mediático no logra efectividad sobre el comportamiento electoral de la mayoría de los ciudadanos. Por el contrario, los reiterados y consecutivos triunfos en las urnas de los presidentes en cuestión permiten sospechar que las audiencias han desarrollado una suerte de inmunización ante el discurso de los medios y que el efecto ideológico de éstos está mostrando sus límites.

La deseada efectividad ideológica se enfrenta en los actuales contextos sudamericanos a crecientes grados de politización de la sociedad, politiza-

ción que se evidencia en las permanentes movilizaciones sociales, en el surgimiento de nuevas organizaciones de base, en la creación de nuevas instancias de poder popular, en las masivas concurrencias a las urnas y también en el creciente interés de la sociedad civil por debatir el rol de los medios en sus respectivos países. Esta politización de las personas está íntimamente relacionada con los escenarios de lucha generalizada que vive el continente en su búsqueda de estrategias de salida al neoliberalismo, pues los procesos de transformación social politizan a los ciudadanos. Y a mayor politización de la sociedad civil, la narratividad ideológica de los medios encuentra mayores obstáculos para imponerse socialmente y moldear los estados de opinión.

Antes bien, la movilización creciente de amplios sectores de la sociedad civil en el continente como respuesta a la desigualdad producida por el capitalismo ha generado una “agenda de la calle” (García, 2008: 356) que se levanta como un sólido competidor en la construcción de estados de opinión y de agendas alternativas frente a los grandes medios.

Hoy el contexto y el clima social y político en Sudamérica reúnen las condiciones para introducir cambios en la relación medios-democracia y, por consiguiente, en la relación medios-ciudadanía, las cuales han estado fundamentalmente regidas por las lógicas de mercado y han permanecido inalteradas por décadas, a pesar de que nuevas coaliciones políticas, cuestionadoras del capitalismo, se han vuelto mayoría.

Presenciamos así en esta parte del mundo el intento por crear y hacer surgir nuevos modos de comunicación social para superar el modelo comunicacional capitalista y para cambiar las consolidadas “estructuras monocéntricas” de nuestros países que como Sartori (2003) señala, constituyen un peligro mayor para las democracias. Está por verse en los próximos años qué tipo de ecología mediática tendrán los países sudamericanos con estas nuevas políticas de comunicación.

## Bibliografía

- Altman, David, Rossana Castiglioni y Juan Pablo Luna (2008), “Uruguay. A role model for the left?”, en Castañeda, Jorge y Marco Morales [comps.], *Letfovers: Tales of the Latin American Left*, New York/London: Routledge.
- Althusser, Louis (2003), *Aparatos Ideológicos de Estado*, Buenos Aires: Nueva Visión.
- Alvarado, Neritza (2009), “Las estrategias de inclusión social en Venezuela: un acercamiento a la experiencia de las misiones”, en *Convergencia Revista de Ciencias Sociales*, núm. 51, Toluca, Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México.



- Avilés, William (2012), "Colombia's Left. Its Power, Influence and Challenges", en *Latin American Perspective*, enero, núm. 39, vol. 1, enero, New York: SAGE.
- Baranchuk, Marianna (2010), "Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual", en Baranchuk, Mariana y Javier Rodríguez [comps.], *Ley 26.522: hacia un nuevo paradigma en comunicación*, Argentina: UNLZ.
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2009), *Los dueños de la palabra*, Argentina: Prometeo.
- Blackburn, Robin (2012), "Crisis 2.0", en *New Left Review en Español*, núm. 72, Madrid: Akal.
- Boczkowski, Pablo y Martin de Santos (2007), "When more media equals less news", en *Political Communication*, núm. 24, USA: Routledge.
- Boron, Atilio (2000), *Tras el búho de Minerva. Mercado contra democracia en el capitalismo de fin de siglo*, Argentina: Clacso.
- Borón, Atilio (2008), *Socialismo del siglo XXI*, Buenos Aires: Luxemburg.
- Borrat, Héctor (1989), *El periódico, actor político*, Barcelona: Gustavo Gili.
- Bourdieu, Pierre (1989), *Sobre la Televisión*, Barcelona: Anagrama.
- Braun, María y Cecilia Straw (2009), *Opinión Pública. Una mirada desde América Latina*, Argentina: Emecé.
- Britto, Luis (2004), *Dictadura mediática en Venezuela*, Argentina: Le Monde Diplomatique.
- Bulla, Gustavo (2011), "Participación: concepto clave en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual", en Baranchuk, Mariana y Javier Rodríguez [comps.], *Ley 26.522: hacia un Nuevo paradigma en comunicación*, Argentina: UNLZ.
- Castañeda, Jorge y Marco Morales (2008), *Letfovers: Tales of the Latin American Left*, New York/London: Routledge.
- Castañeda, Jorge (2005), "Realism for Latin America: Finding and Achieving the Possible", en *Science & Society*, abril, núm. 69, New York: Guildford Publications.
- Conniff, Michael (2003), "Neo-Populismo en América Latina. La década de los 90 y después", en *Revista de Ciencia Política*, núm. 23, vol. 1, Santiago de Chile: P.U.C.
- Correa, Rafael (2008), "Discurso inaugural de Rafael Correa: 50º aniversario de Flacso", en *Crítica y Emancipación*, núm. 1, vol. 1, Buenos Aires: Clacso.
- Curran, James (2003), *Media and Power*, London: Routledge.
- Davis, Mike (2012), "Spring confronts Winter", en *New Left Review*, vol. 72, Oxford: The Alden Press.
- De Melo, Márquez (2004), "Los tiempos heroicos: la formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación", en *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, núm. 1, vol. 1, Sao Paulo: U.S.P.
- Del Valle, Carlos (2004), *Metainvestigación de la comunicación en Chile*, Temuco: Ediciones Ufro.
- De Moraes, Denis (2011), *La cruzada de los medios en América Latina*, Buenos Aires: Paidós.
- Dieterich, Steffan (2007), *El Socialismo del siglo XXI*, Bogotá: Fica.



- Dragomir, Marius (2007), "Concentración de medios en Europa", en *Diálogo Político*, vol. 3, Santiago: Fundación Friedrich Ebert/Chile21.
- Ellner, Steve (2006), "The Defensive Strategy on the Left in Latin America: Objective and Subjective Conditions in the Age of Globalization", en *Science & Society*, julio, núm. 70, vol. 3, New York: Guildford Publications.
- Ellner, Steve (2012), "The Distinguishing Features of Latin America's New Left in Power", en *Latin American Perspective*, enero, núm. 39, vol. 1, New York: SAGE.
- Estrada, Jairo (2012), *La crisis capitalista mundial y América Latina*, Buenos Aires: Clacso.
- Fairclough, Norman (1997), *Media Discourse*, London: Arnold.
- Faingezicht, A. (2007), "La era de los oligopolios de la comunicación", en *Diálogo Político*, núm. 3, Santiago: Fundación Friedrich Ebert/Chile21.
- Freire, Paulo (1969), *La educación como práctica de libertad*, Madrid: Siglo XXI.
- Freire, Paulo (1970), *Pedagogía del Oprimido*, México: Siglo XXI.
- Fuchs, Christian (2010), "Grounding Critical Communication Studies: An Inquiry Into the Communication Theory of Karl Marx", en *Journal of Communication Inquiry*, vol. 34, núm. 1, UK: SAGE.
- García Linera, Álvaro (2008), *La potencia plebeya*, Buenos Aires: Prometeo Libros.
- Garnham, Nicholas (1990), *Capitalism and Communication: Global culture and the economics of information*, London: Sage.
- Garretón, Manuel (2007), *Del postpinochetismo a la sociedad democrática*, Chile: Prometeo.
- Halimi, Serge (2011), "La izquierda que ya no queremos", en *Le Monde Diplomatique Chile*, noviembre, núm. 124, Santiago de Chile: Le Monde Diplomatique.
- Harnecker, Marta (2005), "On leftist Strategy", en *Science & Society*, abril, núm. 69, vol. 2, New York: Guildford Publications.
- Herman, Edward y Noam Chomsky (1990), *Los guardianes de la libertad*, Barcelona: Grijalbo.
- Igarza, Roberto (2010), "Gestión de la participación de los usuarios: control de las herramientas 2.0 de la versión en línea de los diarios de mayor tirada en Argentina", en *Conexiones*, núm. 2, vol. 1, Barcelona: Ed. Comunicación Social.
- Katz, Claudio (2012), "The Singularities of Latin America", en *Socialist Register*, núm. 48, UK: The Merlin Press.
- Krohling, Cicilia (2009), "Organizational Communication in the Third Sector. An Alternative Perspective", en *Management Communication Quarterly*, mayo, núm. 22, vol. 4, UK: SAGE.
- Löwy, Michael (1998), "Past and Present of the Manifesto", en *New Politics*, núm. 6, vol. 24, New York: New Politics.
- MacCombs, Maxwell (1996), "Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo", en Bryant, Jennings y Zillmann, Dolf [comps.], *Los efectos de los Medios de Comunicación*, Barcelona: Paidós.
- MacBride, Sean (1980), *Un solo mundo, voces múltiples*, México: Fondo de Cultura Económica.

- MacCombs, Maxwell (2003), *Estableciendo la agenda*, Barcelona: Paidós.
- Mattelart, Armand (1973), *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Buenos Aires: Siglo XXI.
- Mattelart, Armand y Ariel Dorfman (1973), *Para leer al Pato Donald*, Valparaíso: Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- Marx, Karl (1970), *La ideología alemana*, Uruguay: Pueblos Unidos.
- Mauersberger, Christof (2012), "To be prepared when the time has come: Argentina's new media regulation and the social movement for democratizing broadcasting", en *Media, Culture & Society*, núm. 34, vol. 5, UK: SAGE.
- Mazzoleni, Gianpietro y Winfried Schulz (1999), "Mediatization of Politics", en *Political Communication*, núm. 16, USA: Routledge.
- Page, Benjamin (1996), "The Mass Media as Political Actors", en *Political Science & Politics*, march, Cambridge: APSA.
- Piñeiro, Camila (2009), "Workplace Democracy and Social Consciousness: A Study of Venezuelan Cooperatives", en *Science & Society*, núm. 73, vol. 3, New York: Guildford Publications.
- Pis, Ethel (2010), "La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en el mapa de medios de Argentina", en *Conexiones*, núm. 2, vol. 1, Barcelona: Ed. Comunicación Social.
- Porto, Mauro y Daniel Hallin (2009), "Media and Democratization in Latin America", en *International Journal of Press/Politics*, núm. 14, julio, USA: SAGE.
- Página 12 (2008), "Piensen como parte del país, no como propietarios", en *Página 12*, 1º de abril, Argentina.
- Página 12 (2008), "Sigo siendo un sindicalista", en *Página 12*, 19 de octubre, Argentina.
- Punto Final (2010), "Un dilema de nuestro tiempo: ¿capitalismo o socialismo?", en *Punto Final*, mayo, núm. 708, Chile.
- Ramonet, Ignacio (2003), *La tiranía de la comunicación*, Barcelona: Debate.
- Reig, Ramón (2011), *Los dueños del periodismo*, Madrid: Gedisa.
- Sader, Emir (2009), *El nuevo topo*, Argentina: Siglo XXI.
- Samin, Amir (200), *El socialismo en el siglo XXI*, Madrid: IEPALA.
- Serrano, Pascual (2008), *Medios violentos*, España: El Viejo Topo.
- Statham, Paul (2009), "Making Europe News", en *Journalism*, núm. 9, vol. 4, London: Routledge.
- Thompson, James (1998), *Los media y la modernidad*, Barcelona: Paidós.
- Unesco (2008), *Indicadores de Desarrollo Mediático*, Naciones Unidas.
- Valenzuela, Sebastián y Arturo Arriagada (2009), "Competencia por la uniformidad en noticieros y diarios chilenos 2000-2005", en *Cuadernos de Información*, núm. 24, vol. 1, Santiago de Chile: PUC.
- Wood, Tony (2009), "¿América Latina domesticada?", en *New Left Review en Español*, núm. 58, Madrid: Akal.

## Recursos electrónicos

Internet World Stats (2011), *Usage and Population Statistics*. Disponible en: <http://www.internetworldstats.com> [24 de abril de 2013].

Kaplún, Gabriel (2010), *La nueva ley de Radiodifusión Comunitaria en Uruguay: el largo camino de la democratización de las comunicaciones*, París: Unesco. Disponible en: [http://portal.unesco.org/ci/en/files/29749/12701189987Uruguay\\_community\\_radio\\_law.pdf](http://portal.unesco.org/ci/en/files/29749/12701189987Uruguay_community_radio_law.pdf) [16 de marzo de 2013].

Partido dos Trabalhadores (2011), “Resolução Política do 4º Congresso Nacional do PT”. Disponible en: [http://www.pt.org.br/downloads/categoria/resolucoes\\_do\\_4\\_congresso](http://www.pt.org.br/downloads/categoria/resolucoes_do_4_congresso) [24 de abril de 2013].

Televisión Española (2012), “Son los medios los que persiguen a los políticos”. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/los-desayunos-de-tve/correa-son-medios-comunicacion-persiguen-politicos/1352735/> [24 de abril 2013].

**Pedro Santander.** Periodista, Licenciado en Comunicación Social y Doctor en Lingüística. Profesor titular de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile. Sus líneas de investigación se orientan a la crítica ideológica de los medios de comunicación y al análisis del discurso. Está a cargo de las cátedras de Teoría del lenguaje y de Metodología de la investigación en dicha unidad académica. Publicaciones recientes: P. Santander, “Cómo y por qué hacer análisis del discurso”, en *Cinta de Moebio*, vol. 41 (2011); P. Santander, “Influir sobre los medios: la tensa relación entre asesores comunicacionales de la élite y periodistas políticos”, en *Comunicación y Sociedad*, vol. 20, Universidad de Guadalajara (2013); P. Santander, “Leyes de medios de Chile y Argentina: tan cerca, tan lejos”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 19, núm. 2 (2013).

Recepción: 27 de agosto de 2013.

Aprobación: 18 de marzo de 2014.