

El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina¹

Manuel Alejandro Guerrero

Mireya Márquez Ramírez *

Resumen:

Este artículo sienta las bases de lo que llamaremos “modelo liberal capturado”, un concepto teórico que ayuda a explicar que la falta de efectividad en la aplicación de las normas, el ejercicio pragmático del poder, la configuración de alianzas de conveniencia y la complicidad entre las clases mediáticas y las políticas explican en conjunto el tipo de desarrollo y la concentración mediática en la región. El modelo sirve para explicar las dos tendencias en la región: por un lado la intensificación del poder corporativo de los medios y por otro, el reposicionamiento de los Estados Nacionales –y del poder ejecutivo en específico– en la definición de políticas de comunicación en abierto antagonismo con los medios privados, pero no necesariamente en defensa del interés público. Habría dos aspectos clave que se discuten en cada uno de los casos presentados para explicar la captura: a) “el grado de (in)eficiencia regulatoria” y b) el (limitado) papel de vigilante de los medios.

¹ Este trabajo condensa los postulados, argumentos y hallazgos contenidos en el libro de reciente publicación: Guerrero, Manuel Alejandro y M. Márquez-Ramírez (2014) “Media Systems and Communication Policies in Latin America”, Londres: Palgrave, Macmillan.

El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina
Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez

Palabras Clave: Sistemas mediáticos; América Latina; Concentración mediática; Modelo liberal capturado.

Abstract:

This article provides the theoretical explanatory framework what the authors call ‘the co-opted liberal model’. This is a theoretical concept that helps explain the lack of effectiveness in the implementation of norms relating to the pragmatic exercise of power. The concept refers to the configuration of alliances of cohabitation and collusion between the media and the political elites as an explanation for the degree of media ownership concentration in Latin America. The concept argues two main trends in the region: on the one hand, the increasing power of media corporation; on the other, the strengthening of the state’s role in defining communication policy in antagonistic terms to the private sector but not necessarily in favour of the civil society. The article discusses in each case the key aspects of the co-option; a) the degree of regulatory (in) efficiency; and, b) the (limited) role of media watchdog.

Key words: Media systems; Latin America; Media ownership concentration; Co-opted liberal model.

Résumé:

Ce texte analyse l’agenda de démocratisation des médias mexicains et il prend comme point de départ le mouvement étudiant #yosoy132, pour lequel le problème de la démocratisation a été basal. D’emblée, on entreprend le contraste entre l’agenda du mouvement et celle du nouveau gouvernement officiel mexicain, afin d’en identifier des coïncidences et des différences. Ultérieurement, au moyen de la notion d’« écologie des médias », on analyse le processus de réforme afin d’élargir le débat de l’inclusion communautaire, indispensable pour le projet de la démocratisation de la communication.

Mots clé: Mexique; Télécommunications; Mouvement étudiant.

Recibido: 26/11/2014

Aprobado: 15/12/2014

Introducción

En las últimas cuatro décadas, los profundos cambios políticos e institucionales que se han vivido en América Latina han afectado también las estructuras mediáticas y las políticas de comunicación en la región. Como resultado es posible observar dos tendencias, en principio contradictorias: por un lado, un alto grado de concentración mediática detonada a partir de políticas de liberalización y de mercado y, por el otro, un resurgimiento del intervencionismo estatal, apuntalado por los gobiernos de izquierda en la región. Ambos operan dentro de contextos donde en la regulación de los medios y otras industrias relacionadas prevalece ya sea la debilidad institucional o de estado de derecho, o bien el clientelismo y la discrecionalidad en la aplicación de los marcos legales. La explicación a estas condiciones no puede separarse de la forma en que históricamente se han desarrollado las relaciones entre los sistemas de medios y la política. Aunque los estados nacionales en América Latina presentan claras particularidades y trayectorias únicas de cada país e incluso de cada región, no dejan de compartir amplios trazos que van más allá de afinidades lingüísticas, geográficas y culturales.

Primero, un gran número de países atravesaron por experiencias autoritarias o dictatoriales que, cuyos líderes, entre otras cosas, apoyaron la creación y desarrollo de los consorcios mediáticos de la región. Por ejemplo, en Brasil y México estos consorcios se convirtieron con el tiempo en verdaderos conglomerados globales al grado que Globo y Televisa son los principales grupos mediáticos del mundo en portugués y español respectivamente. Fueron estos grandes consorcios los que, como aliados de los regímenes, contribuyeron, por un lado, a forjar las identidades hegemónicas modernas, y por otro, a sostener un *status quo* favorable a agendas económicas y socialmente conservadoras a lo largo de la segunda mitad del siglo XX (Fox, 1988; Fox & Waisbord, 2002; Martín Barbero 1987, Sinclair, 1996)

En el contexto sociopolítico de la Guerra Fría, una primera ola de investigación académica en la región sentó las bases de mucha de la argumentación teórica del Informe McBride de 1980 al denunciar no sólo la

concentración y el crecimiento de poder mediático, sino también el uso de los medios como brazo ideológico de los regímenes dominantes (Beltrán, 1970; Fox & Schmucler, 1982; Furtado, 1984; Marques de Melo, 1989; Mattelart, Piccini & Mattelart, 1976; Schiller, 1976; Reyes-Matta, 1979; Pasquali, 2005). La casi ausencia de industrias culturales nacionales en muchos países, la debilidad de los medios públicos de comunicación frente al poder y fortaleza de los medios privados comerciales en la gran mayoría, y el papel dominante de Estados Unidos en la producción mediática, eran algunas de las preocupaciones de estos investigadores (Pasquali, 1980; Beltrán, 1976, 1980).

Una segunda característica que comparten los países de la región, pese a sus especificidades, es que desde mediados de los años ochenta, América Latina comenzó a experimentar la influencia global de las políticas neoliberales y de reformas económicas tales como las privatizaciones y desregulación de varias industrias como los medios y las telecomunicaciones. En paralelo, con la gradual caída de las dictaduras o regímenes autoritarios, en los años ochenta la mayoría de los países comenzaron a transformar sus sistemas políticos con el fin de garantizar competencia más equitativa, abierta y plural en el campo electoral (Malloy & Seligson, 1987). Al tiempo que se imponía la ideología del mercado como modelo económico y la democracia como el régimen político, incrementó en muchos el optimismo respecto a la apertura de los medios, la competencia mediática, la profesionalización del periodismo, el goce de libertad de expresión, la rendición de cuentas y el anhelado pluralismo. Sin embargo, pronto el impacto de los acuerdos de libre mercado en la inequidad del intercambio de bienes culturales, la ola de privatizaciones cuestionables y la “desregulación salvaje” (Hallin & Mancini, 2008) en los sectores mediáticos favorecedora a los grandes consorcios, reavivó las preocupaciones de la ya de por sí escéptica comunidad académica (Fox, 1988, 1997; Fox & Waisbord, 2002; Sinclair, 1996). Como muestra la abundante literatura, al amparo de los regímenes neoliberales, los dueños de los grandes medios impulsaron la cada vez mayor expansión horizontal y vertical de sus conglomerados, así como la mayor concentración de concesiones de radio y televisión, incluso más allá de sus fronteras. De este modo, las corporaciones ampliaron sus bienes, incrementaron su poder y lograron menos restricciones por parte de la estructura política local al sacar ventaja de procesos de desregulación, de aplicaciones menos rigurosas de los entramados

legales, y de nuevas oportunidades de negocios que llegaron con la creciente pluralización política de la época. En este sentido, los jugadores transnacionales más grandes fueron quienes más ganaron a costa de la pequeña y mediana producción y creación independiente y local (García Canclini, 2000; Mastrini & Bolaño, 2000; García Canclini & Piedras, 2005; Mastrini, Bizberge, & De Charras, 2013; Sánchez Ruiz, 2012). Asimismo, muchas de las políticas de comunicación impulsadas desde los estados, más que contrarrestar la alta concentración mediática buscaban incidir abiertamente en el control de los contenidos de los medios y con ello, mermar la libertad de expresión (Fox, 1988).

No obstante, ahí donde ocurrieron procesos de apertura mediática a la par de procesos de democratización política, es posible identificar dos lecturas en la literatura académica. En la primera, una corriente de expertos observa, por un lado, un procesos de profesionalización periodística donde, a pesar de los muchos obstáculos e inercias que persisten de los regímenes autoritarios, sí es posible notar cambios importantes sobre todo a partir de una auténtica competencia comercial. En este sentido, ya en los años noventa, tanto la mayor autonomía financiera y de libertad de expresión en la región, permitió espacios para mayor autonomía editorial, incrementó el periodismo de investigación, favoreció espacios de opinión más equilibrados y sentó incipientes bases para la rendición de cuentas (Tironi y Sunkel, 2000; Lawson, 2002; Wallis, 2004; Alves, 2005; Pinto, 2009). Esta importante línea de investigación académica considera que, si bien continúan algunos lastres tales como la concentración de la propiedad de los medios en muchos países, las transformaciones graduales de los medios, apoyados por un ambiente comercial más competitivo y saludable, ayudaron decisivamente a deslegitimar los gobiernos autoritarios y sus métodos y permitieron surgir una vida política más plural y democrática. Incluso, con los procesos de democratización política aumentó la cobertura mediática de temas vinculados con la corrupción, el tráfico de drogas, los abusos a los derechos humanos, los escándalos y las situaciones controversiales que inmiscuían ya no sólo a actores políticos de mediana importancia, sino incluso a presidentes como el caso del brasileño Fernando Collor de Mello en Brasil o de Carlos Ménem en Argentina, o de familiares allegados al presidente, como en el caso de México (Hughes, 2006; Matos, 2008; Waisbord, 2000).

Pero en tanto que las desigualdades profundas no sólo se han mantenido, sino en algunos casos, profundizado, las consecuencias de la democratización y de la apertura y liberalización de los mercados han resultado cuestionadas en términos de su alcance social. La polarización política define hoy la vida política en algunos países, en muchos más se viven excesos presidencialistas, y en casi todos la cultura política sigue definida por la desconfianza ciudadana hacia las instituciones, el cinismo y el clientelismo político (Power y Jamison, 2005; Hallin & Papathanassopoulos, 2002). En teoría, una prensa abierta y plural se respalda en acciones y políticas en contextos de estados con instituciones legítimas, como la “observancia de leyes de prensa que apoyan el periodismo responsable y garantizan los derechos humanos” (Waisbord, 2007: p.117; ver también Hughes y Lawson, 2005; Curran, 2005). Sin embargo, en contextos con bajos grados de eficacia de las instituciones del estado (Waisbord, 2007), lo cual incluye entramados institucionales débiles y deficientes estados de derecho, el papel democráticos de los medios bien pueden ser presa de intereses extraperiodísticos, privados y contrarios al interés público.

Por ello, una segunda perspectiva nota cómo las reformas neoliberales no hicieron sino consolidar el ya de por sí creciente poder mediático. Hasta el siglo XX, muchas de las políticas culturales y de comunicación en la región tendían a beneficiar —o al menos a no perjudicar— los intereses de los grandes grupos mediáticos, como Grupo Clarín en Argentina, Organización Cisneros en Venezuela, Grupo Televisa en México, o Grupo Globo en Brasil. Claramente, las políticas del estado y/o los medios públicos habían fracasado en lograr el equilibrio y equidad, restringir la concentración y en fomentar el pluralismo y la diversidad mediática. Las reformas desregulatorias de fines de los ochenta y noventa favorecieron a los conglomerados locales que ya de por sí dominaban estos mercados, transformándolos en corporaciones aún más grandes y con mínima competencia. Los mercados audiovisuales y de telecomunicaciones en México, por ejemplo, se volvieron de los más altos del mundo con la privatización de los sectores, dando paso a los emporios de Televisa de Emilio Azcárraga y América Móvil de Carlos Slim, respectivamente. Otros casos son los de Globo en Brasil, Grupo Cisneros en Venezuela, Grupo Clarín en Argentina, Grupo El Comercio en Perú o Grupo Santo Domingo en Colombia, todos ejemplos de corporaciones mediáticas que crecieron y se expandieron al amparo de gobiernos promotores de

reformas de mercado y desregulatorias. La retirada del estado dejó espacios de forma abrupta que definieron como una "desregulación salvaje", término acuñado por Traquina (1995) al analizar el caso portugués.

En América Latina la liberalización y las reformas de mercado en los medios y las telecomunicaciones han terminado por inhibir el pluralismo mediático, los derechos de las audiencias y la libertad de prensa al tiempo que ha fortalecido los privilegios de las corporaciones comerciales privadas. En otros casos las reformas mediáticas crearon condiciones para que el capital extranjero se aliara con corporaciones locales como los casos de Megavisión en Chile o de Casa Editorial El Tiempo en Colombia o para hacerse adquirir por otros grupos mediáticos extranjeros, como el caso de Grupo Caracol por el gigante español PRISA. En muchos casos, los grandes grupos de comunicación aprovecharon la reducción del papel del Estado y la falta de leyes antimonopolio, distorsionando los propios mercados al acrecentar su presencia en otros países (el caso de Televisa en Estados Unidos), e incluso en otros casos más el capital extranjero (mayoritariamente mexicano) directamente entró a adquirir corporaciones locales como el caso de Albavisión en América Central, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú.

Observamos, por tanto, que de los procesos de liberalización y privatización emergieron conglomerados y élites mediáticas más fuertes, pero no así mercados más plurales, competitivos y abiertos. En el caso de Chile, las reformas desregulatorias y de liberalización consolidaron las posiciones de corporaciones mediáticas cercanas a la dictadura como El Mercurio y Copesa. En Guatemala, la ley de telecomunicaciones de 1996, al facilitar las privatizaciones permitió a tres corporaciones controlar más del 90% de las frecuencias comerciales de radiodifusión. En el caso de El Salvador pueden verse resultados similares.

Más aún, en el horizonte comercial de los noventa, las alianzas políticas les permitieron a los dueños de los medios grandes ganancias económicas, las noticias se convirtieron en mercancías para ser vendidas y, en vez de lograr la rendición de cuentas, muchos de los escándalos políticos y los conflictos se asumieron como fórmulas para incrementar ratings y circulación (Hallin & Papathanassopoulos, 2002; Rockwell & Janus, 2003; Trejo Delarbre, 2005;

Hughes & Lawson, 2005). La ausencia de medios públicos fuertes que pudieran equilibrar la cobertura de los medios privados y su entrega hacia el “info-entretenimiento” y a la trivialización de la vida pública continúan siendo temas de preocupación en América Latina (Matos, 2012). Por ello, la academia en la región ha criticado duramente los procesos de concentración y el impacto negativo que han tenido las políticas desregulatorias y las privatizaciones en la posibilidad de conformar estructuras mediáticas más diversas, plurales y democráticas, con contenidos tendientes a fortalecer a ciudadanos, no a producir consumidores.

La permanencia histórica de las élites mediáticas como parte –y no contraparte– del *establishment*, explicaría por qué muchos de los grandes medios tienden a tener una línea editorial conservadora o moderadamente liberal, y especialmente animadversa ante asuntos “de izquierda”². Como notan Guerrero y Luengas (2010), esto puede observarse en Chile, donde la desregulación consolidó el poder de las empresas mediáticas vinculadas a la dictadura –El Mercurio y Copesa– en detrimento de los medios ligados a la izquierda –Diario La Época, Revista Hoy– (Sunkel y Geoffroy, 2001).

Paralelamente, otra línea crítica de autores latinoamericanos sostiene que los procesos de democratización no sólo han dejado un grave déficit de justicia social, sino que han reemplazado los autoritarismos abiertos por formas de organización política aparentemente competitivas pero que al final sólo han servido para garantizar mejores ganancias y desempeño de los mercados y grandes grupos, en detrimento de los medios comunitarios y las expresiones de

² La orientación esencialmente conservadora en la cobertura noticiosa de los medios dominados por grandes corporaciones ha sido un tema estudiado ya a profundidad por diversos autores. Quizá uno de los trabajos más notables sea el de James Curran quien ha insistido en la relación entre poder y los medios de comunicación. Se sugiere revisar uno de sus trabajos recientes: *Media and Power*, Londres: Taylor & Francis, 2002 (traducida al español como *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*, Barcelona: Editorial Hacer, 2005). Edward Herman y Noam Chomsky discuten las implicaciones para las sociedades abiertas de la tendencia no sólo en la cobertura noticiosa, sino también del entretenimiento, orientada para favorecer los intereses del *establishment* corporativo (*Manufacturing Consent*, Nueva York: Pantheon Books, 1988).

descontento y protesta de minorías y grupos marginales (Alfaro Moreno, 2006, p. 302; Bresnahan, 2003; Poblete, 2006).

De ahí que inevitablemente surjan muchas preguntas. ¿Está el vaso medio lleno o medio vacío en términos de las políticas de comunicación que garanticen efectivamente la libertad de expresión, el acceso a la información y el derecho a la comunicación? ¿Hasta dónde los mercados han logrado definir la lógica de los medios? ¿Hasta dónde estos mercados han sido distorsionados por los grandes jugadores mediáticos? ¿Qué sucede con aquellos países en donde los actores políticos nacionales han recapturado espacios y llevado a cabo reformas profundas y controversiales en los sistemas mediáticos, como en Venezuela y Bolivia? ¿Y cómo entender casos como Argentina o Ecuador? A través de la mirada de Nuestro libro, *Media Systems and Communication Policies in Latin America* (recién publicado por la editorial británica Palgrave-Macmillan) toma como puntos de partida estas interrogantes y trata de ofrecer nuevas miradas a viejos cuestionamientos partiendo de marcos teóricos que consideramos son útiles para analizar de forma crítica el modelo prevaleciente de medios y comunicación en América Latina, al cual se define como “liberal capturado” (Guerrero, 2010).

Una pregunta añeja en este contexto y que plantean los autores participantes del libro es si las políticas de mercado pueden garantizar la independencia del control gubernamental, el pluralismo, los derechos de comunicación y la diversidad. El libro muestra casos donde claramente no es así. De hecho, una de las reacciones a los procesos de globalización es paradójicamente la concentración en los mercados mediáticos amparada por relaciones complejas con los actores políticos regionales y locales. México y América Central son casos ilustrativos (Gramajo, 2014; Benítez, 2014). Otra reacción es dejar espacios donde cabría la regulación simplemente vacíos, lo cual termina por favorecer de facto a los grupos mediáticos, como en Perú o Colombia (Protzel, 2014; Montoya-Londoño, 2014). Sin embargo, la mera existencia de regulación, de ningún modo garantiza su efectiva aplicación o su capacidad para contener la concentración o salvaguardar el pluralismo, como en Brasil (Matos, 2014).

En otros casos, es el Estado quien vuelve a reposicionarse como el actor central de la regulación mediática y los medios. Un rasgo común de países como Venezuela, Ecuador, Bolivia o Argentina es que sus élites políticas en el poder han retomado el liderazgo en la definición de las reformas de medios y se han impuesto a las críticas tanto de liberales como de conservadores. Sus opositores han visto estas medidas con gran preocupación, mientras que sectores más progresistas –sobre todo en el caso de Argentina– han considerado necesarias estas medidas en tanto que abren las posibilidades para construir sistemas efectivamente más plurales, más incluyentes, menos concentrados y más democráticos. Sin embargo, hay voces que señalan las interpretaciones distorsionadas, sesgadas y políticamente intencionadas de legislaciones y marcos normativos que en el papel parecen adecuados (Mastrini, Becerra & Marino, 2014). En estos casos, no deja de ser preocupante para la libertad de expresión y de prensa que líderes políticos –como en Venezuela o Bolivia– señalen directamente a periodistas no como antagonistas, sino como enemigos, y que sean los líderes políticos los que se apoderen y monopolicen la voz en los sistemas de comunicación supuestamente públicos y comunitarios (Cañizález, 2014; Quintanilla, 2014).

En todo caso, lo que atestiguamos son sistemas mediáticos cuyo desarrollo en el siglo XX fue técnicamente de propiedad privada pero con profundas relaciones de complicidad con el poder político y las ideologías más conservadoras, y más recientemente, ya en el siglo XXI, asistimos a la tendencia contraria: los grupos mediáticos privados en abierto antagonismo y confrontación con los gobiernos de izquierda cuyos líderes han lanzado una cruzada contra los grandes consorcios. Es importante, sin embargo, entender la especificidad de los medios privados en América Latina respecto de otras partes del mundo. Durante el surgimiento y desarrollo de los medios, sobre todo los electrónicos, al amparo de gobiernos autoritarios, el esquema de relaciones entre los medios y los sistemas políticos claramente chocaba con valores de tipo liberal predominantes en países como Estados Unidos o Gran Bretaña. Las viejas teorías liberales señalaban entonces que las fuerzas del mercado, si se les dejaba funcionar, tarde o temprano terminarían por erosionar el autoritarismo y los controles informativos gubernamentales y, en cambio, terminarían promoviendo el pluralismo, la autonomía editorial y un sano ejercicio de pensamiento crítico y la libertad de

expresión (Siebert et al, 1956). No obstante, como se ha dicho, varios casos en América Latina muestran claramente no sólo que los mercados no son suficientes para promover sistemas mediáticos plurales y abiertos, sino que han resultado igualmente nocivos para la democracia. Es más las reformas de mercado han mantenido y afianzado las estructuras de medios en propiedad familiar y a los grandes medios como parte de las estructuras de poder. Al igual que durante el autoritarismo, en las economías de mercado, en países como México, Guatemala, El Salvador, Perú, Brasil o Colombia, las relaciones de complicidad entre las élites mediáticas y los grupos políticos continúan, así como la dependencia de muchos medios regionales y locales de las pautas publicitarias gubernamentales. Encima, lo que atestiguamos no es la generalización del periodismo de investigación como herramienta de empoderamiento de la ciudadanía, sino en muchos casos, como ya había observado Waisbord (2000) para los casos de Colombia, Argentina y Brasil, un rol selectivo, discrecional y convenenciero del papel del “perro guardián” y crítico de la prensa para favorecer a algunos actores políticos y desprestigiar a rivales propios y de los aliados, siempre en pos del interés privado (Márquez Ramírez, 2012a). En suma, como se observa en el libro, los medios privados en América Latina siguen estando abiertos a las interferencias y a la intervención de intereses extra periodísticos, lo cual sigue impidiendo la consolidación en la gran mayoría de los casos de mercados plurales, verdaderamente competitivos, abiertos, y diversos, particularmente en la radiodifusión. De hecho, se mantiene el clientelismo, la nula aplicación de la regulación –o en el mejor de los casos pobre, discrecional o inconsistente– y la inadecuada defensa de las condiciones para el ejercicio periodístico que en mucho queda capturado por lógicas de cobertura desde las fuentes oficiales e institucionales más que desde las comunidades y los ciudadanos. Este paisaje, desde luego, tiene por fortuna sus grandiosas excepciones.

El modelo “liberal capturado” de medios en América Latina

Para entender por qué los sistemas mediáticos son susceptibles a la “captura”, que explicaremos más adelante, partimos del argumento de que un enfoque que se aboque a la mera descripción de la existencia de leyes y regula-

ciones mediáticas sería de muy poca utilidad para comprender los contextos en donde operan las industrias culturales y mediáticas. Asimismo, una visión meramente instrumental de las políticas de medios como el marco estructural que define la actuación de los medios cae en la trampa de dar por hecha su propia efectividad operativa. En otras palabras, ver las cosas de este modo sería asumir que las políticas y la regulación, como parte de un estado de derecho más amplio, funcionan de forma efectiva por el simple hecho de haber sido promulgadas y expedidas. Desde esta perspectiva, las libertades y el pluralismo mediático quedarían garantizados por el mero decreto de la ley y la buena voluntad de sus impulsores. Por el contrario, en los diez países que se tratan en la obra –México, Guatemala, El Salvador, Colombia, Venezuela, Brasil, Argentina, Chile, Perú y Bolivia–, las políticas de medios y comunicación tienen menos que ver con tendencias de funcionamiento globales que con las agendas de los actores que se definen a partir de intereses específicos y circunstanciales vinculados siempre a lo que sucede en el país. Un hilo conductor es, por tanto, que la falta de efectividad en la aplicación de las normas, el ejercicio pragmático del poder, la configuración de alianzas de conveniencia y la complicidad entre las clases mediáticas y las políticas explican en conjunto el tipo de desarrollo y la concentración mediática en la región.

Por tanto, un tema común se vuelve evidente: en un contexto de preocupación creciente en relación con la forma en que supuestamente la globalización está moldeando a los sistemas mediáticos, a las políticas de comunicación, a las prácticas periodísticas y a las industrias culturales en su conjunto, el panorama de medios en América Latina se define en cambio por intereses políticos y económicos de grupos concretos que, ya sea desde la política o desde el sector privado, tratan de “capturar” tanto el periodismo como las políticas de comunicación. Las lealtades de los intereses corporativos varían dependiendo de los actores políticos de turno.

Uno de los supuestos más enraizados de las concepciones liberales de los medios —usualmente denominada libertaria— es que debido a que el mercado es una extensión natural de la sociedad, opuesto al estado, los medios privados se vuelven esenciales para vigilar a los gobiernos, para mantener la independencia periodística y para garantizar la libertad de prensa (Siebert, Peterson & Schramm,

1956; Ungar, 1990; Hallin & Mancini, 2008; Christians, Glasser, McQuail, Nordenstreng & White, 2009). De acuerdo a esta concepción, los medios idealmente deben operar dentro de la lógica de un mercado saludable y competitivo, por lo cual requieren mínima regulación gubernamental o estatal y mucho menos su interferencia e intervención directa, a fin de que el estado y el mercado sean dos contrapesos que neutralicen mutuamente la posibilidad de acciones indebidas. "Se asume por tanto que el mercado proveerá las instituciones adecuadas y los procesos de comunicación pública necesarios para promover un entorno democrático" (Garnham, 1992, p. 363). De aquí que, en mucha de la literatura clásica parezca darse por sentado el modelo liberal/libertario como el natural de los medios y por tanto, la premisa de que hay compatibilidad natural entre los medios comerciales privados y la defensa del interés público, pues se logra dado el alto nivel de profesionalización y autonomía del periodismo en países con tradición liberal, como los anglosajones (Hallin & Mancini, 2008). En otras palabras, se asume que los medios privados son los garantes del bien común y de las libertades democráticas.

Tal premisa, como hemos visto, no sólo toma al sistema capitalista desarrollado como el universal, sino que desconoce las realidades de países con transiciones tardías a la democracia. Durante el siglo XX, las estructuras mediáticas en América Latina se desarrollaron siguiendo el patrón de los medios comerciales estadounidenses, tanto en la prensa como en la radiodifusión. Sin embargo, debido a que, por diversas razones históricas, las sociedades latinoamericanas carecen de la misma tradición liberal que separa al estado del mercado, no es posible en esta región considerar que los medios privados y comerciales son enteramente libres de la intrusión estatal y de la instrumentalización política, sino al contrario, se desarrollaron y florecieron gracias a esa instrumentalización. En este sentido dos tendencias son claras: primero, las transiciones desde los autoritarismos no alteraron las estructuras de poder político-económico y por ende, la estructura de propiedad en los medios, por lo que, como ya dijimos, las reformas neoliberales de mercado terminaron por beneficiar la consolidación económica de las grandes organizaciones mediáticas locales y regionales. Segundo, el crecimiento y la consolidación de las grandes corporaciones mediáticas ha dependido de la estrecha cercanía entre una clase

mediática tradicional y los nuevos grupos políticos que han llegado al poder con las democratizaciones.

La llegada de estos nuevos grupos políticos al poder en América Latina desde mediados de los noventa, supuso para muchos un renacimiento de la democracia en la región. Sin embargo, las nuevas condiciones de competencia por el poder, el peso de la radiodifusión en países con bajos números de lectores, así como la orientación pro-liberal de la gran mayoría de los nuevos gobiernos, terminaron por generar coincidencias y vínculos con sectores mediáticos tradicionales en múltiples grados, formales e informales. Estas relaciones, al mantener los esquemas de propiedad intactos, generaron condiciones de mercado distorsionadas que no favorecieron la aparición de sistemas mediáticos más plurales.

En Argentina, por ejemplo, la administración Menem (1989-1999) promovió la expansión de los grandes corporativos al modificar la Ley 22285 de radiodifusión que databa de la dictadura militar. Sin duda, una renovación del marco regulatorio era indispensable, pero su gobierno terminó por privatizar las estaciones de radio y de TV, eliminó las restricciones a la propiedad cruzada y permitió así la aparición de grandes consorcios multimedia (Liotti, 2014). En Brasil, los grupos oligárquicos en distintos estados, sobre todo en el norte y noreste, mantuvieron su papel dual de políticos y empresarios de medios. Algunos de los más grandes han llegado a ser gobernadores y congresistas, a pesar de preceptos legales que habla sobre el conflicto de interés. En Perú, con algunas excepciones como *El Comercio* o *La República*, los medios nacionales rápidamente se rindieron y apoyaron al gobierno golpista de Fujimori. Luego de esto, el gobierno peruano –a través de sus servicios de inteligencia– comenzó a otorgar subsidios a los tabloides más populares, y se dedicó a “compensar” los sueldos de ciertos periodistas. En México, los propietarios y ejecutivos de los medios están jugando un papel cada vez más activo en la vida política: en décadas previas, se habían abstenido de competir abiertamente por puestos públicos y cubrían de forma más discreta sus intenciones. Ahora ya no es así: la elección de 2012 otorgó, al menos, 20 lugares en el congreso federal para ex empleados de las grandes televisoras, Televisa y TV Azteca. Incluso, la propia hija del accionista mayoritario de TV Azteca, ocupa un puesto en el Senado. Este grupo se conoce como la “telebanca-

da” y, desde luego, tales miembros del Congreso pertenecen a las comisiones de radio y televisión y de telecomunicaciones de ambas cámaras. A través de ellos, el papel de las televisoras fue clave para alterar el contenido de una reforma constitucional presentada en 2012 que originalmente propugnaba por mayor pluralidad en la propiedad y los contenidos a favor de los intereses de esas grandes cadenas (AMIC, 2014).

De este modo, los medios en América Latina, desarrollados bajo esquemas comerciales privados, se vieron muy favorecidos por las reformas de mercados y desregulatorias de los ochenta y noventa. Sin embargo, la liberalización de los mercados mediáticos latinoamericanos nunca terminó por encajar con el modelo teórico libertario planteado en el mundo anglosajón: aquí no ganaron más independencia, ni los mercados se volvieron plurales y abiertos, ni necesariamente vigilan mejor las conductas de los actores políticos. Por el contrario: las reformas beneficiaron a élites mediáticas tradicionales a través de la concentración de la propiedad y se fortalecieron los vínculos formales e informales entre clases mediáticas tradicionales y nuevos grupos políticos. La evidencia acumulada contradice, en la mayoría de los países de América Latina, los supuestos liberales detrás de las ideas de privatización sobre que los medios privados sirven mejor al interés público.

Otro aspecto a considerar es que al contrario de lo que pudiera ocurrir en otros países, en América Latina, a excepción de los grandes consorcios que acaparan el gasto en publicidad, los mercados publicitarios privados nunca han sido lo suficientemente fuertes para sostener estructuras mediáticas a nivel regional y local. Esta situación se exagera por la relativamente baja penetración de la prensa escrita, consumida por sectores urbanos con mayor educación y poder adquisitivo. Por tanto, dado que para los medios informativos impresos es difícil sobrevivir únicamente de su lectoría y de la publicidad privada, un resultado frecuente en América Latina es la enorme dependencia de los medios de las pautas publicitarias gubernamentales y del financiamiento público, que en muchas ocasiones son intercambiados por favores e intercambios convenientes para actores políticos clave, todo ello ante la ausencia de regulación, o bien, su escasa efectividad y cumplimiento, sobre este tipo de gastos del gobierno. A pesar de que en los casos de la radiodifusión, sí hay ejemplos de corporaciones exitosas en los

mercados tanto locales, como regionales, e incluso internacionales, los fondos públicos siguen representando jugosas ganancias, especialmente durante los procesos electorales. En este contexto, los arreglos entre políticos y grupos mediáticos no siempre son transparentes y suelen ir más allá de la adquisición de espacios publicitarios, afectando también la orientación informativa y la gestación de intercambios bajo la mesa.

Por tanto, los factores antes descritos son fundamentales para entender la naturaleza de los medios “liberales-capturados” en América Latina: son liberales en tanto que están técnicamente diseñados bajo el modelo de financiamiento privado y regido por el mercado, pero capturados porque, a diferencia del ideario liberal, no están regidos por el interés público, sino que tanto están supeditados a intereses políticos, económicos o gubernamentales en distintos grados. Nuestro argumento es que la captura se da predominantemente en dos frentes, 1) en la regulación y 2) en la función informativa de los medios. Y ocurre debido a dos condiciones: a la continuidad del clientelismo como forma de organización social, y al débil estado de derecho que garantice el cumplimiento de marcos legales.

En diversos estudios, el término “captura” se refería específicamente a aquéllos estados como Europa del Este en los que las grandes corporaciones y empresas afectan los resultados de las políticas públicas o bien la definición de reglas y regulaciones en su propio beneficio y a expensas del bien común (Laffont & Tirole, 1991; Hellman, 1998; World Bank, 2000). Por tanto, es en aquéllos países donde más se ha estudiado el fenómeno de captura para evaluar el éxito de diversos intereses privados en el control de los asuntos públicos (Begovic, 2005; Omelyanchuk, 2001; Pesic, 2007). En este texto, utilizamos el concepto con cierto matiz: no sólo se trata de cómo los grupos mediáticos logran revertir las políticas públicas y la regulación en su favor, sino que la función primordial de los medios informativos, que es el monitoreo y escrutinio de los poderes públicos, queda también severamente comprometida por los diversos intereses extra-periodísticos. Aunque en general encontramos contexto de incapacidad regulatoria en países dominados por grandes consorcios mediáticos, los grados y protagonistas de la “captura” varían. En México, Centroamérica, Colombia y Brasil, el peso de los corporativos o de ciertos grupos políticos puede ser lo suficientemente fuerte para incidir a su favor en los resultados de las políticas re-

gulatorias, o para establecer la agenda de discusión de los asuntos públicos hacia su beneficio. En otros casos, como Venezuela, Bolivia o Argentina, es el Estado, quien no necesariamente actúa en nombre del interés público sino más bien en contra de grupos mediáticos específicos, el que entorpece la función informativa de los medios al recurrir a la censura, el hostigamiento, o los señalamientos específicos a periodistas. En todo caso, dos aspectos relacionados que definen la naturaleza capturada de los sistemas mediáticos en América Latina son la tendencia histórica hacia el clientelismo político, por un lado, y una aplicación desigual, e inefectiva de las reglas y normas, agudizado por un estado de derecho endeble, por el otro (Waisbord, 2007).

Clientelismo y debilidad legal en la aplicación de los marcos legales

El clientelismo pondera las relaciones de intercambio informal, afectando por tanto la eficacia y efectividad de los marcos legales (Eisenstadt & Roniger, 1984). En esta sistema de relaciones sociales, el acceso a los recursos y recompensas es controlado por los “patrones” a cambio de deferencia y diversos tipos de apoyo. Respecto de los medios, los grupos mediáticos y grupos políticos se han venido alternando el papel de “patrones” y condicionado al otro su apoyo: se intercambia respaldo expreso a gobiernos, gobernantes, partidos y candidatos por regulación favorecedora y jugosos contratos publicitarios o beneficios fiscales y económicos. El clientelismo, pues, abre espacios para la negociación de la aplicación de la ley, formando alianzas con actores clave y reduciendo o evitando que la regulación tenga consecuencias graves para los intereses corporativos. En su comparación sobre países mediterráneos y latinoamericanos, Hallin y Papathanassopoulos (2002) identifican cinco características comunes a ambas áreas que explican por qué el clientelismo ha podido funcionar como molde informal de los sistemas mediáticos: 1) bajos niveles de circulación y lectoría de diarios, 2) una tradición de periodismo militante, 3) la instrumentalización de los medios privados, 4) la politización de los medios públicos, y 5) desarrollo limitado de la profesión periodística como profesión autónoma.

Por tanto, hemos de entender al clientelismo como una de las formas de organización social comunes a las democracias tardías y a los países con tradición autoritaria y estructuras patrimoniales concentradas. El clientelismo es, pues, el factor central para explicar las contradicciones que presenta un mercado mediático aparentemente privado y autónomo pero profundamente ligado –por conveniencia y no por destino– a los poderes públicos. Sin embargo, Hallin y Papathanassopoulos nos recuerdan cómo la emergencia del clientelismo no significa meramente la persistencia de estructuras sociales jerárquicas, sino una respuesta a su ruptura en contextos donde además de todo, los ciudadanos no encuentran representados sus intereses y demandas en las instituciones sociales y políticas, ni en los discursos y valores democráticos.

Un ejemplo de tales distorsiones se observa en México con las diversas propuestas y leyes de medios, una de las cuáles se llamó la “Ley Televisa” de 2006, la cuál atrajo considerable crítica por considerar que beneficiaba a los grandes grupos mediáticos como Televisa y TV Azteca al desregular el espectro digital a su favor. En Colombia, la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) fue catalogada por sus detractores como “rehén” de las grandes corporaciones mediáticas como Caracol o RCN durante el mandato de Álvaro Uribe, a raíz del proceso de adjudicación de licencia de un tercer canal de televisión (Bonilla Sebá & González, 2010). Estos grandes medios han tenido la última palabra en lo concerniente a la discusión de la regulación mediática, la renovación o el otorgamiento de nuevas licencias, debilitando con ello a la Comisión. Si bien la CNTV fue reemplazada en 2012 por la Autoridad Nacional de Televisión, de acuerdo con Rey (2012), este organismo aún carece del sistema de financiamiento apropiado y corre el riesgo de quedar a merced de prácticas clientelares. Quizás uno de los ejemplos más ilustrativos de captura manifiesta tanto de espacios regulatorios como políticos sea el magnate de origen mexicano Ángel González, propietario de la cadena Albavisión, quien ha enfrentado poca o nula resistencia regulatoria para incrementar su capital, canales y estaciones en Centro y Sudamérica. Esto es posible porque en países como Guatemala, la pobre capacidad de regulación y la normatividad obsoleta genera un ambiente en el que los medios y el poder político mantienen una relación de mutua conveniencia, con graves consecuencias no sólo para la aplicación de la ley, sino para crear condi-

ciones que debilitan las prácticas autónomas y profesionales del periodismo, como veremos más adelante.

Otra clara manifestación de la distorsión clientelar es el uso discrecional de la publicidad gubernamental, como señala O'Donnell (2007) pues, como ya se dijo, pese al desarrollo de los medios bajo los esquemas de la lógica mercantil una gran fuente de financiamiento proviene de la publicidad gubernamental, tanto de las diversas dependencias y agencias descentralizadas, como de la propaganda política en tiempos de elecciones. En este escenario, tanto los funcionarios públicos como los políticos en general cortejan a los medios aliados (o castigan a los no aliados) para maximizar su presencia en medios y su cobertura favorable a cambio de jugosos contratos de publicidad, exenciones en impuestos, permisos de importación o asignación o renovación de licencias de radiodifusión (Fox and Waisbord, 2002; Waisbord, 2008, p. 4).

Ejemplos de ello los encontramos en Perú, donde los servicios de inteligencia ayudaron a financiar y apoyar ciertos medios durante la época de Fujimori, o en Argentina y México, donde pese a que últimamente existen prohibiciones legales para adjudicar contratos de publicidad, los medios y los políticos hallan formas para hacer negocios. Esto fue particularmente visible en México durante las elecciones presidenciales de 2012 en México, en donde diversos especialistas consideran que hubo un franco favorecimiento y excesiva cobertura –generalmente en términos positivos– a la figura del hoy presente Enrique Peña Nieto, incluso antes de que se lanzara formalmente como candidato. Esto para construir su candidatura desde mucho tiempo atrás. Si bien a raíz de acusaciones de inequidad como producto del conflicto postelectoral de 2006 que sucedió a las elecciones presidenciales mexicanas en ese año, se reformaron las leyes electorales para prohibir que los partidos políticos compraran espacio en radio y TV para anunciarse, los actores interesados pronto encontraron formas de darle la vuelta a la ley. Además de que la publicidad gubernamental de gobernantes en activo, secretarías y organismos sí es aceptada, existe un sinnúmero de casos de “publicidad pagada”, sea a través de los llamados patrocinios de columnas de opinión o secciones, particularmente en los noticiarios

de radio y televisión, su equivalente en los medios impresos llamados “gacetillas” –aparentes noticias sobre obras sociales para hacer lucir al gobernante o funcionario que no se reconocen como pagadas pero que sobresalen en los diarios por su tipografía diferente– o bien, la “publicidad escondida”, que incluye entrevistas y coberturas pagadas que parecen legítimas. Justo es a través de estos mecanismos que en la carrera por la nominación presidencial, el entonces gobernador de una provincia, Enrique Peña Nieto logró colocarse, como ningún otro gobernador, en todas las primeras planas de los medios chicos, medianos y grandes, generando dudas sobre los posibles contratos millonarios que se adjudicaron medios como Televisa, que incluso televisó su enlace nupcial con la actriz de moda (Espino, 2009; Juárez Gámiz, 2009; Villamil, 2012).

Adicionalmente, en un contexto de estado de derecho débil o ineficiente que caracteriza a la mayor parte de los países latinoamericanos (Waisbord 2007), la existencia de regulación mediática incluso positiva en papel, no se traduce automáticamente en desempeño y aplicación efectivos. Otros casos los encontramos en los preceptos legales correspondientes a las libertades de prensa y expresión, que en diversos momentos no han sido efectivos o han sido, en la práctica, canalizados a través de mecanismos y reglas informales. Las más recientes regulaciones respecto a medios comunitarios en Bolivia y Venezuela han servido para favorecer los propósitos de las élites gubernamentales. Si bien en teoría han proclamado la defensa de los intereses del pueblo a fin de pluralizar los contenidos y contener la influencia de los poderosos medios privados, en muchos de los casos, como lo muestran los ensayos de Cañizález (2014) y Quintanilla (2014) que sobre el tema se desarrollan en libro, se ha recurrido a la expropiación de la propiedad. Muchas de las reformas impulsadas en estos países ofrecen un extraordinario potencial para la participación cívica y acceso mayoritario a los medios de cara al derecho de la comunicación, especialmente en comunidades marginadas que por décadas han demandado su auto-suficiencia para administrar medios, la instrumentación de dicha legislación todavía depende de las voluntades, aprobación y supervisión de aparatos estatales y a veces hasta del propio Jefe del Ejecutivo. Es decir, incluso las legislaciones más democráticas pueden caer presa del clientelismo.

Incluso el propio trabajo de las radios comunitarias en países latinoamericanos ha sido “capturado” no sólo por actores económicos y políticos, sino por los discursos dominantes sobre lo que debe ser el periodismo. Como muestra el ensayo de Rodrigo Araya (2014), el trabajo de campo de las radios comunitarias en Chile continúa reproduciendo modelos verticales de comunicación en la que lo “alternativo” está únicamente supeditado al tipo de contenidos que se transmiten en las estaciones de radio comunitarias, pero no en la forma de conectarse con la comunidad y en los procesos de socialización de la comunidad. En otras palabras, el modelo comunitario de comunicación continúa siendo vertical, en donde hay un emisor que articula y unas audiencias pasivas que reaccionan. Al mismo tiempo, en México, incluso el discurso y las nociones sobre lo que significa ser profesional en el periodismo ha sido lenta y discretamente capturada por una cultura política post-autoritaria, que aún es satélite de la esfera política (Márquez-Ramírez, 2012b). Otro ejemplo ampliamente cubierto en dos capítulos del libro que aquí resumimos proviene de Argentina, donde pese al enorme potencial de su reciente legislación en medios respecto de la diversidad, el pluralismo, y la contención de la concentración, en la práctica se ha empleado para que el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, impulsor de la reforma, se confronte abiertamente con uno de los poderosos conglomerados: Clarín, pero no con los otros grupos privados a los que técnicamente también perjudicaría la Ley. Es decir, se ha puesto menos énfasis en asegurar que se garantice la verdadera pluralidad de medios a través del fortalecimiento de medios independientes, y más en disminuir el poder de Grupo Clarín.

Para sintetizar, la captura de los medios y su función pública ocurre mayormente en contextos con débil estado de derecho, una historia sostenida de clientelismo, una legislación obsoleta o bien organismos débiles para vigilar su cumplimiento, un proceso opaco y desigual de la desregulación, la polarización política y el arribo de nuevos grupos compitiendo por el poder político y económico. En algunos países, son los viejos grupos de poder económico y las élites mediáticas la que conservan el monopolio de la captura. En otros, son los nuevos gobiernos populistas, quienes, a través de proyectos de ley técnicamente novedosos y democráticos, han encontrado formas de apoderarse de su implementación y supervisión.

La captura del rol informativo de los medios y el periodismo

Si bien en el mundo las preocupaciones sobre el periodismo y su futuro hoy día giran alrededor de la digitalización y su impacto en los nuevos modelos de negocio, el ethos periodístico, las habilidades y destrezas requeridas por los nuevos profesionales, y los retos emergentes que supone la consolidación de redes sociales, hay en la región aún problemas de fondo que trascienden las tecnologías y plataformas. Muchos de los países latinoamericanos continúan insertos en atavismos vinculados a contextos graves de pobreza, desigualdad, ausencia de estado de Derecho, debilidad institucional, degradación del tejido social, narcotráfico y otros tipos de violencia criminal, así como en guerras internas y aguda polarización social. Al mismo tiempo, y quizás como consecuencia, existen condiciones poco propicias para el ejercicio del periodismo de investigación debido a los ambientes de alto riesgo y peligrosidad a la que se enfrentan en países como México (Rodelo, 2009; Relly & Bustamante, 2014), Colombia (Rincón y Ruiz, 2002) o Centroamérica (Benítez, 2014; Gramajo, 2014; Rockwell & Janus, 2003).

Aunado a esto, encontramos en muchos países problemas endémicos de condiciones laborales precarias, bajos salarios, excesivas cargas de trabajo que se han acentuado en la era digital, “maquila” del trabajo que pondera inmediatez sobre contexto y cantidad sobre calidad, periodismo tendiente al oficialismo y al reporte de declaraciones y estándares de calidad muy dispares entre medios nacionales y regionales, o entre tipos de medios (Baldivia et al, 1991; Bastenier, 2009; Lara Klahr, 2009; Arroyave y Blanco, 2010).

Los medios y periodismos de los diez países que cubre el libro tienen una larga historia de instrumentalización política y “captura” que han devaluado, impedido o contaminado el rol informativo y de escrutinio de los medios y limitado enormemente la autonomía profesional de los periodistas. Esto puede ser explicado por varias razones. Por una parte, puede deberse la estructura jerárquica de las organizaciones noticiosas que separa a los ejecutivos y directivos de los periodistas, y que, inmersa en la lógica mercantil de la competencia, busca

objetivos contradictorios generalmente imposibles de conciliar: el interés público con el privado, y en el que la balanza suele inclinarse a favor del primero en casos de alta controversia o polarización (Márquez Ramírez, 2012a). Las constantes presiones de mercado, y en caso de medios menos solventes, de la esfera política, presentan retos constantes para la función de los medios informativos. Aunados a los factores exógenos antes descritos, como violencia criminal y polarización social—continúan los factores endógenos como las prácticas periodísticas pasivas y las tensiones entre los imaginarios profesionales y normativos de los periodistas y su capacidad de maniobra en la práctica cotidiana (Márquez Ramírez, 2012b; McPherson 2012). En consecuencia, el desempeño periodístico se encuentra bajo constante amenaza de captura por parte de intereses comerciales de los propios medios, de intereses políticos de los actores vinculados con los medios y de las propias inercias y vicios arrastrados de épocas autoritarias respecto de prácticas y rutinas de producción.

La captura puede materializarse no sólo en el rango y ángulo de los temas a tratar (o no), sino también en los asuntos más básicos concernientes a la libertad de expresión y a la seguridad personal de los periodistas. Por tanto, si pudiéramos resumir, tal interferencia y captura se traduce específicamente en dos aspectos: en las dificultades para realizar periodismo de investigación y en la falta de protección al trabajo y la integridad física e intelectual de los periodistas. Si bien es cierto que los grandes reportajes y coberturas sobre actos de corrupción, malversación y otros escándalos dieron alto prestigio a muchos medios latinoamericanos, especialmente en los años noventa, este tipo de periodismo ha sido inconsistente, disperso o marginal en gran parte de los países de la región, aún si algunos países han tenido una historia y una escuela propia de alta calidad que sigue influenciando a generaciones enteras de periodistas de la región, sea en el tema del periodismo de investigación o en el periodismo narrativo, como por ejemplo, Argentina y Colombia. Pero en otros países, sin embargo, el periodismo de calidad ha dependido en gran medida de los talentos, visiones y liderazgos individuales —y en muchas ocasiones de corto plazo— de los reporteros y editores del momento (ver Hughes, 2003) más que de una cultura generalizada de reporte, una preparación académica, o una política editorial clara. En su importante estudio sobre este tipo de periodismo “Watchdog” en los noventa, Silvio Waisbord (2000) encontró muchas de las grandes historias e investigaciones sobre corrupción de la

época, provenían de filtraciones, información fragmentada y no-verificada, o del cruce de denuncias mutuas entre los actores de poder y las diversas facciones en conflicto, algo a lo que el llamó “denuncismo”. Sin duda, los escándalos políticos se han intensificados desde su estudio. Muchos de ellos, han sido el resultado de la convicción democrática de los periodistas por cumplir con la función vigilante del periodismo en aras de la rendición de cuentas y la justicia social, particularmente cuando los reportajes han continuado con su seguimiento a los asuntos en cuestión y se han pensado como trabajos de largo plazo. Pero otros escándalos, como el propio autor ha señalado, particularmente en su modalidad de noticia, sólo han servido para alimentar los ciclos recurrentes de noticias (el escándalo de la semana) a través de reacciones de la clase política, y han servido como instrumentos de la propia clase política para “golpear” o disminuir a sus rivales.

De tal forma, las noticias en la región tienden a girar en torno a las diatribas políticas como resultado del *denuncismo* que nombra Waisbord, y del *declaracionismo*, *declaracionitis* o *declaraciocracia*, como se le conoce en el argot periodístico (Lichfield, 2000; Bastenier, 2009; Márquez-Ramírez, 2012b). Pese a ello, hay una nueva generación de talentos que se está organizando para socializar y compartir sus prácticas de excelencia a través de talleres y cursos. Es esta generación la que sigue produciendo trabajos de gran calidad en temas como narcotráfico, crimen organizado, migración, guerrilla o violación de derechos humanos, pese a las grandes dificultades del gremio, sea en el ámbito laboral como institucional. Paradójicamente, muchos de sus mejores trabajos son publicados en libros, blogs, semanarios, revistas y medios digitales o audiovisuales independientes, más que en los llamados medios “diaristas” como los periódicos, la radio y la TV.

Con ellos se han multiplicado los medios digitales y o impresos con financiamiento independiente que, sin seguir las agendas oficiales o los temas de los grandes medios, han podido impulsar el periodismo de largo aliento, la crónica, la visualización de datos y uso de otras herramientas digitales. Medios como *El Faro* en El Salvador, *Plaza Pública* en Guatemala, *The Clinic* en Chile, *Animal Político* en México, *La Silla Vacía* en Colombia o *El Puercoespín* en Argentina son algunos de los casos que, con diverso grado de éxito, han podido sobrevivir al margen de la publicidad gubernamental y las alianzas con grupos de poder.

Estas son las buenas noticias en un panorama que de otra forma continúa siendo sombrío. Es importante destacar que estos medios no son fruto de nuevas regulaciones ni de políticas de Estado tendientes a promover el pluralismo, como tampoco son fruto de un mercado competitivo y global (el futuro de estos medios en el largo plazo podría no ser tan certero). Representan la excepción a la regla en sus países, y los motiva el contar las historias de los ciudadanos ordinarios cuyas preocupaciones y problemas no son cubiertos por los medios convencionales.

El panorama es claroscuro para el grueso de los periodistas, indefensos por las presiones del trabajo diario, las presiones políticas, económicas y criminales, y la falta de recursos y tiempo para actualizarse. Aunado a ello, la captura de su función tiene qué ver con la ambigüedad legal respecto de sus garantías y libertades. Si bien en teoría la mayoría de los países tienen protección legal a la libertad de expresión y además, mecanismos legales que garantizan el acceso a la información, condiciones reales de censura e inseguridad constantemente restringen esas protecciones. Como señala Waisbord (2007) en estados “fallidos” donde el estado de derecho es débil, poco puede hacerse para garantizar la protección de los periodistas. Los organismos internacionales pueden hacer recomendaciones, índices y listas sobre los ataques a la libertad de expresión y las agresiones a periodistas, pero carecen de poder para llevar a funcionarios a rendir cuentas. Y aún peor, en muchos casos, como México y Colombia, son los propios gobernantes y funcionarios públicos quienes –además del crimen organizado, grupos paramilitares o guerrilla– los que constituyen la principal fuente de amenaza a los periodistas, como ha sido el caso de México, América Central, Colombia, Venezuela o Bolivia. En este último país, por ejemplo, la legislación más reciente sobre racismo ha sido bienvenida por la amplia sociedad indígena boliviana que ha sufrido de discriminación sistemática, pero, como expresa Quintanilla en su ensayo (2014) ha tenido también algunos efectos respecto de la tensa relación entre algunos medios privados y el presidente Evo Morales en un contexto de creciente antagonismo y polarización social y política: con frecuencia la crítica expresa al primer mandatario la ha tomado, justificadamente o no, como racismo endémico por parte de las élites criollas dueñas de los medios. También, en sus discursos, ha señalado a periodistas por su nombre, llamándolos “mentirosos” y acusándolos de calumnia y difamación, llevando a muchos medios a suavizar sus críticas y comentarios sobre el primer mandatario.

Otro de los casos de franca suplantación de la función periodística es la del extinto presidente Hugo Chávez, quien a través de su programa de radio y de sus frecuentes enlaces en cadena nacional, optaba por informar directamente a la ciudadanía de sus políticas y programas de gobierno, entrevistar ciudadanos y funcionarios y ser, en esencia, el protagonista supremo de todos los programas y agendas. De hecho, como señala Cañizález (2014) en su ensayo para el libro, su gobierno logró con éxito implementar una política de Estado tendiente a centralizar la comunicación alrededor de su persona a través de una vasta gama de medios oficiales y programación, para disminuir el poder de los medios privados venezolanos con quienes ha sostenido una abierta confrontación, particularmente luego de su supuesto involucramiento en el golpe de estado fallido de 2002.

Otro problema crítico que dificulta la función informativa de los medios es la prevalencia de marcos legales que criminalizan la calumnia e imponen altas multas a reporteros y editores encontrados culpables de ofender a los funcionarios públicos. Países como El Salvador o Guatemala establecen la obligación del gobierno de establecer cortes especiales y jueces para resolver disputas respecto de libertad de expresión. En la realidad, sin embargo, sus fallos usualmente benefician a los intereses privados, y no a los públicos. En este rubro también vuelven a aparecer las condiciones para la captura: los intercambios clientelares entre las élites mediáticas y políticas, la debilidad institucional para proteger la libertad de expresión, o el poder de las corporaciones para bloquear los efectos de la regulación a través de mecanismos formales (cortes y juzgados) o informales (interferencia política discreta) o bien, el interés selectivo de los grupos políticos y de los gobiernos por aplicar unas partes de las normas y reglas, pero no otras.

Es de hacer notar que la complicidad entre las élites mediáticas y políticas tiene su ancla en un contexto histórico donde los medios han jugado como mediadores entre facciones políticas e intereses políticos antagónicos, sin restricción alguna por parte de reguladores, organismos vigilantes o de una ciudadanía organizada. Sin una sociedad civil que haga más y mejor uso de los mecanismos de acceso a la información, exija la creación de defensores de las audiencias en todos los medios y les demande más pluralidad y diversidad en su programación, la rendición de cuentas por parte de los medios seguirá siendo débil. Aún con los grandes aportes que han hecho las redes sociales a la discusión

de asuntos públicos, y a su extraordinario potencial para facilitar el diálogo, el debate y la movilización ciudadana –las protestas sociales en Brasil y Venezuela y los movimientos estudiantiles chileno y mexicano son ejemplo de ello– los medios electrónicos aún continúan con un modelo de comunicación unidireccional que limita la pluralidad, la diversidad y con ello, la democracia.

Conclusiones

A diferencia de las teorías liberales sobre los medios, el contexto latinoamericano nos ofrece una perspectiva más matizada y compleja de la relación entre los medios y el poder que surge de lo que hemos llamado “modelo liberal capturado”. Este implica los muchos ejemplos en los cuales la política de comunicación ha sido utilizado como un arma para chantajear, amenazar o dominar por parte de gobiernos, políticos y consorcios mediáticos, en un contexto de alta concentración mediática y cada vez mayor polarización política y social.

Incluso cuando la regulación es propuesta con la mejor de las intenciones para frenar el poder de los medios, dar voz a las comunidades marginadas y las expresiones de comunicación alternativa, y garantizar el derecho de comunicación de los ciudadanos, la regulación ha sido difícil de implementar, sea por la falta de capacidad regulatoria del Estado, por la ineficiencia de las instituciones reguladoras, o porque la regulación está supeditada a los poderes fácticos de los consorcios mediáticos o a los intereses políticos de los gobernantes en turno. En otras ocasiones, son las leyes secundarias y sus contradicciones y lagunas, las que son aún más susceptibles a la captura a través de prácticas clientelares o por el débil estado de derecho y fortaleza institucional.

Así, vemos como en el siglo XXI, los países latinoamericanos no sólo tienen gobiernos que fallan en la implementación y observancia de sus marcos legales y regulatorios, sino que sostienen relaciones de ambigüedad con los grandes consorcios mediáticos. En algunos casos, los estados han intentado contener su poder e influencia mientras que en otros, es el propio estado el que mantiene condiciones favorables y amigables para su florecimiento y la consolidación de la

concentración mediática. En todo esto, no son los actores globales sino preponderantemente los regionales y locales, los que desarrollan el sistema de relaciones clientelares para beneficiar total o parcialmente a uno o más de los actores en juego. Como desde hace cuarenta años, los especialistas aún tienen mucho por observar e indagar respecto de la configuración de sistemas mediáticos y políticas de comunicación y cultura. En tanto, en nuestros países continuamos a la espera de un sistema mediático verdaderamente plural y diverso, que garantice el derecho de la comunicación, de cara a la construcción de ciudadanías comprometidas e informadas.

Referencias bibliográficas

- Alves, R. C. (2005). From lapdog to watchdog: The role of the press in Latin America's democratization. In H. de Burgh (Ed.) *Making journalists: Diverse models, global issues* (pp.181–201). London: Routledge.
- AMIC. (2014, June 23). *Los medios públicos en la reforma constitucional y la iniciativa de ley: Postura de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación* (AMIC). Press release. Retrieved from http://www.amicmexico.org/portal_amic_descargas/amic_medios_publicos30614.pdf.
- Alfaro Moreno, R. M. (2006). Citizens and media cultures: Hidden behind democratic formality. *Global Media and Communication*, 2(3), 299-313.
- Arroyave, J. e I. Blanco (2010) Cómo perciben los periodistas su profesión: entre el agotamiento y la fascinación, *Investigación y Desarrollo* 13 (2): 364-389
- Baldivia Urdinea, J., M. Planet, J. Solís Riva and T. Guerra (1981) *La formación de los periodistas en América Latina: México, Costa Rica y Chile*. México: Nueva Imagen.

Bastenier, M. A. (2009). *¿Cómo se hace un periódico? El chip colonial y los diarios en América Latina*. México: FCE/FNPI.

Beltrán, L. R (1970, November). *Apuntes para un diagnóstico de la incomunicación social en América Latina: La persuasión a favor del status quo*. Paper presented for the Seminar on Communication and Development, CIESPAL/ Fundación Friedrich Ebert/CEDAL, La Catalina, Costa Rica.

_____ (1976) *Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina*, San José: Nueva Sociedad

_____ (1980) *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*, México: Nueva Imagen

Begovic, B. (2005, March). *Corruption, lobbying and state capture*. Center for Liberal-Democratic Studies (CLDS) and School of Law, University of Belgrade. Retrieved from <http://danica.popovic.ekof.bg.ac.yu/106.pdf>.

Bonilla Sebá, E. & González, J. I. (2010, April 12). La decisión de la CNTV no garantiza el derecho a la información. *Eje 21*, 12 April. Retrieved from <http://bit.ly/1cXGXNv>.

Bresnahan, R. (2003). The media and the neoliberal transition in Chile: Democratic promise unfulfilled, *Latin American Perspectives*, 30(6), 39-68.

Christians, C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K. & White, R. A. (2009). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Curran, J. (2002) *Media and power*. London: Routledge.

Curran, J. (2005). What democracy requires of the media. In G. Overholser & K. Hall Jamieson (Eds.) *The press* (pp. 120–140). New York: Oxford University Press.

El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina
Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez

Eisenstadt, S. & Roniger, L. (1984). *Patrons, clients and friends: Impersonal relations and the structure of trust in society*. Cambridge: Cambridge University Press.

Espino, G. (2009) *República del escándalo: política espectáculo, campaña negativa y escándalo mediático en las presidenciales mexicanas*. México: Ed Fontamara/UAQ/IEQ

Fox, E. (Ed.). (1988). *Media and politics in Latin America: The struggle for democracy*. London: Sage.

_____ (1997). *Latin American broadcasting: From tango to telenovela*. Luton: University of Luton Press.

Fox, E. & Schmucler, H. (Eds.). (1982). *Comunicación y democracia en América Latina*. Lima: Desco/CLACSO.

Fox, E. & Waisbord, S. (Eds.). (2002). *Latin politics, global media*. Austin: University of Texas Press.

Furtado, C. (1984). *Cultura e desenvolvimento em época de crise*. São Paulo: Paz e Terra.

García Canclini, N. (2000). Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. *Estudios Internacionales*, 33(129), 90-111.

García Canclini, N. & Piedras, E. (2005). *Las industrias culturales y el desarrollo de México*. Mexico City: Siglo XXI Editores.

Garnham, N. (1992). The media and the public sphere., In C. Calhoun (Ed.) *Habermas and the public sphere* (pp. 359–376). Cambridge, MA: MIT Press.

Guerrero, M. A. (2010). Broadcasting and democracy in Mexico: From corporatist subordination to state capture. *Policy and Society*, 29(1), 23-35.

Guerrero, M. A. y M. Márquez-Ramírez (2014) *Media Systems and Communication Policies in Latin America*, Nueva York y Londres: Palgrave Macmillan

Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. New York: Cambridge University Press.

Hallin, D. & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture and Society*, 24(2), 175–195.

Hellman, J. (1998). Winners take all: The politics of partial reform in post-communist transitions. *World Politics*, 50(2), 203–234.

Herman, E. & McChesney, R. (1997). *Global media: The new missionaries of corporate capitalism*. New York: Continnum.

Hughes, S. (2003) 'From the inside out: how institutional entrepreneurs transformed Mexican journalism', *International Journal of Press/Politics* 8(3): 87-117.

_____ (2006). *Newsrooms in conflict: Journalism and the democratization of Mexico*. Pittsburgh: University of Pittsburg Press.

Hughes, S. and Lawson, C. (2005). The barriers to media opening in Latin America. *Political Communication*, 22(1), 9–25.

Juárez Gámiz, J. V. (2009) 'Informar o persuadir: la centralidad del contenido mediático en la nueva ley electoral', in J. M. Ackerman (coord.) *Nuevos escenarios del derecho electoral: los retos de la reforma de 2007-2008*. México, DF: UNAM, pp. 149

Laffont, J. and Tirole, J. (1991). The politics of government decision-making: A theory of regulatory capture. *Quarterly Journal of Economics*, 106, 1089-1127.

El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina
Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez

Lara Klahr, M. (2005) *Diarismo: cultura e industria del periodismo impreso en México y el mundo*. México: Editorial E.

Lawson, C. (2002). *Building the fourth state: Democratization and the rise of a free press in Mexico*. Berkeley, CA: University of California Press.

Lichfield, G. (2000). La declarocracia en la prensa. *Letras Libres*, 19. Retrieved from <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/la-declarocracia-en-la-prensa?page=0,1>.

Lugo-Ocando, J. (Ed.). (2008). *The media in Latin America*. Maidenhead: Open University Press.

Malloy, J. & Seligson, M. (1987). *Authoritarians and democrats: Regime transitions in Latin America*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.

Marques de Melo, J. (Ed.). (1989). *Comunicação na America Latina: Desenvolvimento e crise*. São Paulo: Papirus.

Márquez-Ramírez, M. (2012b). Valores normativos y prácticas de reporteo en tensión: Percepciones profesionales de periodistas en México. *Cuadernos de Información*, 30, 97–110.

Mastrini, G. & Bolaño, C. (2000). *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Buenos Aires: Biblos.

Mastrini, G., Bizberge, A., & De Charras, D. (Eds.). (2013). *Las políticas de comunicación en el Siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.

Matos, C. (2008). *Journalism and political democracy in Brazil*. Lanham, MD: Lexington Books.

_____ (2012). *Media and politics in Latin America*. London: I.B. Tauris.

Mattelart, A., Piccini, M. & Mattelart, M. (1976). *Los medios de comunicación de masas: La ideología de la prensa liberal*. Buenos Aires: Schapire/El Cid.

McChesney, R. (1999). *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

McManus, J. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Thousand Oaks, CA: Sage.

McPherson, E. (2012) 'Spot News Versus Reportage: Newspaper Models, the Distribution of Newsroom Credibility, and Implications for Democratic Journalism in Mexico,' *International Journal of Communication*, (6): 2301-2317

O'Donnell, M. (2007). *Propaganda K: Una maquinaria de promoción con dinero del estado*. Buenos Aires: Planeta.

Omelyanchuk, O. (2001). *Explaining state capture and state capture modes: The cases of Russia and Ukraine*. Department of International Relations and European Studies, Central European University, Budapest, Hungary.

Pasquali, Antonio (1980) *Comunicación y cultura de masas*, Caracas: Herrero Hermanos

Pesic, V. (2007). State capture and widespread corruption in Serbia. *CEPS Working Documents*, No. 262. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1338021.

Pinto, J. (2009). Diffusing and translating watchdog journalism. *Media History*, 15(1), 1–16.

Poblete, J. (2006). Culture, neo-liberalism and citizen communication: The case of radio tierra in Chile. *Global Media and Communication*, 2(3), 315-334.

Power, T. & Jamison, G. D. (2005). 'Political mistrust in Latin America. *Comparative Sociology*, 4(1–2), 55–80.

El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina
Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez

- Relly, J. E. and C. González de Bustamante (2014) ‘Silencing Mexico: A Study of Influences on Journalists in the Northern States,’ *The International Journal of Press Politics*, 19(1): 108-131
- Rey, G. (2012, January 16). La nueva ley de televisión o el síndrome del comunero. *razónpública.com*. Retrieved from <http://bit.ly/Jm04WU>.
- Reyes-Matta, F. (1979). El concepto latinoamericano de las noticias. *Cuadernos de Comunicación*, 54, 24–31.
- Rincón, O. & M. Ruiz (2002) Más allá de la libertad: informar en medio del Conflicto. *Signo y Pensamiento*, 21 (40): 72-86
- Rockwell, R. & Janus, N. (2003). *Media power in Central America*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Rodelo, F. V. (2009) ‘Periodismo en entornos violentos: el caso de los periodistas de Culiacán, Sinaloa’, *Comunicación y Sociedad*, Nueva Época (12): 101-118
- Sánchez Ruiz, E. (2012). Diversidad y concentración en el espacio audiovisual latinoamericano. In C. del Valle, F. J. Moreno & F. Sierra (Eds.). *Políticas de comunicación y ciudadanía cultural iberoamericana*. Barcelona: Gedisa.
- Schiller, H. I. (1976). *Communication and cultural domination*. New York: International Art and Sciences Press.
- Siebert, F., Peterson T. & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sinclair, J. (1996). Mexico, Brazil and the Latin World. In J. Sinclair, E. Jacka & S. Cunningham. (Eds.) *New patterns in global television: Peripheral vision* (pp. 33–66). Oxford: Oxford University Press.

The Economist (2012) 'Public advertising in Mexico. The government's deafening loudspeaker', *The Economist* [Americas View Blog] March 26th, URL (accessed on July 18th, 2012): [<http://econ.st/O3Q4x5>].

Tironi, E. & Sunkel, G. (2000). The modernization of communication: The media in the transition democracy in Chile. In R. Gunther & A. Mughan (Eds.) *Democracy and the media: A comparative perspective* (pp. 165–194). Cambridge: Cambridge University Press.

Traquina, N. (1995). Portuguese television: The politics of savage deregulation. *Media, Culture & Society*, 17(2), 223-238.

Trejo Delarbre, R. (Ed.). (1989). *Televisa: El quinto poder*. Mexico City: Claves Latinoamericanas.

_____ (2005). *Poderes salvajes: Mediocracia sin contrapesos*. Mexico City: Cal y Arena.

Ungar, S. (1990). The role of a free press in strengthening democracy. In J. Lichtenberg (Ed.) *Democracy and the mass media* (pp. 368–398). Cambridge: Cambridge University Press.

Villamil, J. (2012) *El sexenio de Televisa: conjuras del poder mediático*. México: Grijalbo.

Waisbord, S. (2000). *Watchdog journalism in South America: News, accountability, and democracy*. New York: Columbia University Press.

_____ (2007). Democratic journalism and statelessness. *Political Communication*, 24(2), 115–119.

_____ (2008). The myth of media globalization – by K. Hafez. *British Journal of Sociology*, 59(3), 592-594.

El modelo “liberal capturado” de sistemas mediáticos, periodismo y comunicación en América Latina
Manuel Alejandro Guerrero y Mireya Márquez Ramírez

Wallis, D. (2004). The media and democratic change in Mexico. *Parliamentary Affairs*, 57(1), 118–130.

World Bank. (2000). *Measuring governance, corruption and state capture: How firms and bureaucrats shape the business environment in transition economies*. Working Paper 2312, WB Institute.