

# **Sistema mediático latinoamericano: hacia la construcción de un modelo**

*Manuel Alejandro Guerrero*

*Mónica Luengas Restrepo*

*Pablo Aburto*

*Universidad Iberoamericana*

## **Introducción**

En América Latina existe ya una importante tradición de investigación sobre la relación entre los medios de comunicación y la vida política<sup>1</sup>. La mayor parte de estos estudios se han basado tanto en enfoques provenientes de la economía política de los medios como en otras aproximaciones que, mirando sobre todo la conformación de complejas relaciones de poder, han tratado temas relativos a la legislación mediática, la libertad periodística, la propaganda gubernamental y hasta el surgimiento y operación de los medios públicos<sup>2</sup>. Sin embargo, esta amplia literatura se concentra sobre todo en estudios nacionales y hay comparativamente una menor cantidad de trabajos que pretenda establecer comparaciones regionales o subregionales<sup>3</sup>.

En este trabajo, pretendemos, a partir del estudio comparado de variables específicas tanto políticas como mediáticas en distintos países de América Latina, sugerir la existencia de un modelo mediático característico de la región. Es muy importante señalar que la construcción de este modelo se fundamenta en los tipos ideales *weberianos* y no tiene ninguna pretensión de tipo normativo. En este sentido, no se trata de un “tipo ideal” en términos de un funcionamiento o una orientación “ideal” hacia lo que, en todo caso, podría ser el papel que estos medios deberían desempeñar en la vida pública de los países latinoamericanos. Se trata, en cambio, de un modelo construido a

---

<sup>1</sup> Sin ser exhaustivos: Aceves, 1993; Aceves, 2002; Aguilar y Sánchez (2003), Álvarez Tejeiro (2000); Covi (1995); Fara (2004); Fernández Santana (1993); Flores y Meyenberg (2003); Guerrero y Chávez (2009); Guerrero y Hughes (2009); Guerrero (2009); Maldonado (2003); Molina y Vedia (2003); Moreno (2003); Ortega (2006); Pareja (2005); Reyes y Munch (2000); Rodríguez Arechavaleta (2008); Toussaint (1995); Trejo (1992); Trejo (2004); Sánchez Ruiz (1981); Sánchez Ruiz (1987); Vega (2000).

<sup>2</sup> De esta consideración dejamos fuera, por lo pronto, la amplia corriente que también ha estudiado esta relación, pero desde los impactos que los contenidos mediáticos pueden tener en sus diferentes audiencias y la forma en que éstas pueden llegar a reaccionar en la vida política, por ejemplo, a la hora de votar o de enfatizar ciertas actitudes hacia ella. Entre los ejemplos encontrados, sin ser exhaustivos, están: Trejo (2001), Sánchez Ruiz (1990).

<sup>3</sup> Un ejemplo es la investigación de Rincón (2008), donde se compara la manera de comunicar de 12 presidentes latinoamericanos.

partir de las coincidencias —y de la relevancia de las mismas— que hemos podido establecer a partir de la forma en que operan las variables que hemos seleccionado.

En su estudio seminal, *Comparing Media Systems* (2004), Dan Hallin y Paolo Mancini proponen, tras analizar las estructuras de medios en Occidente, tres modelos ideales de sistemas mediáticos: el “pluralista polarizado”, cercano al mundo mediterráneo, en donde se combinan una débil circulación de la prensa, un fuerte paralelismo entre los medios y la clase política, una baja profesionalización y un nivel significativo de intervención reguladora del Estado. Luego está el modelo “democrático corporativista”, cercano a los países del norte de Europa como Alemania, Suiza, Bélgica u Holanda, en donde se combinan una fuerte circulación de la prensa, una presentación informativa poco politizada, un fuerte profesionalismo y una fuerte presencia reguladora del Estado. Finalmente, el tercer modelo es el “liberal”, cercano al mundo anglosajón, en donde se combinan una circulación media, una prensa con cada vez menores tendencias hacia la politización, un fuerte profesionalismo periodístico muy auto regulado, y un predominio del mercado sobre los mecanismos de intervención pública.

Evidentemente, América Latina no está considerada en estos tres tipos ideales. Este proyecto de investigación, del cual se presentan resultados preliminares, pretende establecer una serie de criterios comparados que permitan definir un modelo general de sistemas mediáticos propios de esta región. Con base en la investigación de Hallin y Mancini, se utilizan modelos comparados para descubrir coincidencias y divergencias propias de la historia reciente de los países de América Latina. Desde luego, una de las principales variables estructurales (independientes) es el tipo de transiciones políticas que se han experimentado aquí desde el inicio de los años ochenta. La propuesta es mostrar que existen elementos importantes para suponer un modelo, definido como “liberal capturado”, que en términos generales y con distintos grados de semejanza, se puede considerar para América Latina.

Pero, ¿por qué comparar? Desde nuestra perspectiva una de las formas más útiles para profundizar el conocimiento o mejorar la comprensión de un fenómeno tiene que ver con la manera en que se discuten semejanzas y diferencias en contextos diversos. Trabajar con situaciones semejantes en contextos distintos o diferencias en contextos semejantes es una forma muy efectiva de lograr una mejor comprensión de los

fenómenos que se estudien y, por tanto, de dar pasos importantes en la formación de teoría original. Karl Deutsch señala que es mediante la investigación comparada como se afianza nuestra seguridad en el conocimiento de los fenómenos.<sup>4</sup> En otras palabras, el análisis comparado es lo que permite ubicar las variaciones y las semejanzas con lo que se contribuye al fortalecimiento de nuestra capacidad conceptual.<sup>5</sup> En su trabajo clásico sobre la importancia del análisis comparado en la investigación de la comunicación política, Blumler y Gurevitch sostienen que es sólo mediante la comparación que podemos darnos cuenta de aspectos de los medios que normalmente damos por hecho o que son difíciles de detectar en estudios nacionales.<sup>6</sup> Este es el fondo de la comparación desde nuestro punto de vista: la posibilidad de que, mediante la explicación de patrones regulares, se pueda avanzar en el desarrollo teórico. Una segunda razón para la comparación tiene que ver con la realidad actual dominada por mayor velocidad y volumen de los intercambios de todo tipo, pero esencialmente informativos, que se presentan en un mundo cada vez más interconectado –al menos, en planos como los financieros, culturales, turísticos, pero también académicos. Por tanto, ofrecer un panorama más amplio que limitarse a los horizontes nacionales es no sólo una tarea, desde luego más desafiante, pero también mucho más enriquecedora. Sin embargo, no queremos soslayar los riesgos del análisis comparado: el empleo de bases de datos y de fuentes que en cada país pudieran tener una clasificación o entendimiento distinto y que, a la hora de las comparaciones, simplemente se pasen por alto estas importantes diferencias. Para reducir este riesgo hemos emprendido un trabajo colaborativo entre investigadores provenientes de México, Chile, Colombia, Brasil y Guatemala, y hemos tenido apoyo de colegas en Argentina y Venezuela.

En la siguiente sección se discute precisamente la forma en que se seleccionaron y compararon las variables utilizadas en el trabajo. Asimismo, se analizan los contenidos de las variables políticas y mediáticas y, en el último apartado se presenta la propuesta teórica a partir de los avances con los que se cuenta en esta etapa del proyecto.

---

<sup>4</sup> Karl Deutsch (1987). "Prologue: Achievements and Challenges in 2000 Years of Comparative Research," in *Comparative Policy Research*, en M. Dierkes, H. Wieler y A. Antal. *Comparative Policy Research: learning from experience*, WZB Publications, Gower.

<sup>5</sup> David Collier (1993). "The Comparative Method", en Ada W. Finifter (ed.). *Political Science: The State of the Discipline II*. Washington, D.C.: American Political Science Association.

<sup>6</sup> Jay Blumler y Michael Gurevitch (1995). "Towards a comparative framework for political communication Research", en J. Blumler y M. Gurevitch (eds.). *The Crisis of Political Communication*, [Publicado originalmente en 1975] Londres: Routledge, p.75.

## **Las variables y la construcción del modelo**

### *Consideraciones preliminares sobre las variables*

El trabajo de investigación parte de un supuesto clave: el sistema político influye, en gran medida, en moldear y establecer los contornos y los perfiles de los sistemas mediáticos. Es decir, se toma, de entrada, al igual que en el caso de Hallin y Mancini, que si bien existe una interrelación entre los sistemas mediáticos y políticos, una especie de “coevolución, más que una relación estrictamente causal” (Hallin y Mancini, 2004: p.47) son a fin de cuentas los segundos los que permiten entender la conformación de los primeros. En este sentido, es posible definir las variables de los sistemas políticos como las “variables independientes” dado que muchas de ellas “se conforman de aspectos profundamente enraizados de las estructuras sociales y culturales” (p.47).

Un segundo aspecto que debe aclararse desde el inicio es que, si bien en términos generales los sistemas políticos moldean en términos generales a los sistemas mediáticos, no es posible encontrar una coincidencia de influencia directa y unívoca entre cada una de las variables del sistema político con las del mediático.

Otro aspecto más es que la propuesta de modelo de sistema mediático en América Latina se construye a partir de dos ámbitos generales de consideración: la función informativa de los medios y la regulación mediática. Se quedan fuera, entonces, otros ámbitos que obligarían a considerar el papel que podría jugar el entretenimiento, el espectáculo, o los deportes en la conformación de la relación entre el sistema mediático y el sistema político.

Por último no se puede dejar de señalar que, como toda pretensión en la elaboración de modelos teóricos, se toman en cuenta diversas generalizaciones frente a las que siempre es posible hallar en algún país o en otros ejemplos y situaciones específicas que contradigan algunas consideraciones. Sin embargo, en este sentido, creemos que en términos amplios, el modelo es suficientemente robusto y claro en su aplicación general al caso de América Latina como para soportar los hallazgos de casos y situaciones excepcionales o de desviación.

### *Las variables del sistema mediático*

Hallin y Mancini establecen tres modelos o tipos ideales de sistemas mediáticos en las democracias consolidadas de Occidente. Los tres modelos son, primero, el liberal,

típico de los países angloparlantes –Estados Unidos, Gran Bretaña, Irlanda, Canadá--, aunque se reconocen, desde luego las diferencias entre ellos mismos. El segundo es el corporativo democrático, típico de los países europeos que conforman el corredor central de lengua alemana, los países escandinavos y los países bajos. El tercero es el pluralista polarizado, típico de los países mediterráneos, incluyendo aquí también a Francia y a Portugal.

Estos modelos presentan ciertas características particulares que, *grosso modo*, resultan aplicables a los países que conforman a cada uno. Las variables que Hallin y Mancini observan en la construcción de sus modelos son las siguientes:

1.- La estructura de los mercados que tiene que ver primero con la composición de los lectores y de las audiencias. ¿Predomina la prensa de masas o sus lectores se reducen a ciertos sectores y círculos sociales? ¿Cuáles son los datos de circulación? ¿De qué tipo de medios se informa la gente? ¿Es la prensa un negocio rentable? ¿Se depende de la publicidad? ¿Hay lugar para los subsidios públicos y para la publicidad gubernamental? ¿Existe separación entre la prensa amarillista y la de calidad? ¿La estructura mediática tiende a ser nacional o regional?

2.- El “Paralelismo político” de los periodistas. Aquí los autores se refieren a qué tan comprometidos están los periodistas con la defensa de posiciones ideológicas y partidistas. ¿Es distinta en esto la radiodifusión que la prensa? ¿Cómo se refleja la pluralidad política, de forma interna o externa a los medios? ¿Hay relaciones directas de los medios con sindicatos, iglesias, grupos empresariales o movimientos sociales? ¿El perfil de los lectores y las audiencias tiende a ser partisano? ¿Los periodistas tienden más a comportarse como publicistas o como “meros transmisores” de información?

3.- El profesionalismo entendido a partir de los siguientes criterios: educación formal de los periodistas que trabajan en los medios; grado de autonomía de los periodistas para manejar su proceso de producción frente a dueños y editores; y como la “neutralidad” a la hora de reportar las notas. Aquí, los autores suponen que entre mayor sea el grado de paralelismo político que se encuentre, menor el grado de profesionalismo entre los periodistas.

4.- El papel del Estado en los medios entendido también a partir de los siguientes criterios: el porcentaje del mercado entre los medios públicos y privados; el número y tipo de subsidios a los medios; y las garantías para un ejercicio del periodismo libre o supervisado por el Estado (desde el otorgamiento de licencias, el derecho de acceso a la

información y la protección a la confidencialidad de las fuentes; hasta el derecho de réplica y los derechos a la libertad de expresión y a la privacidad) y la efectividad de los mecanismos regulatorios y supervisores, pues podría haber una regulación muy extendida, pero ser poco efectiva.

#### *Las variables de sistema político y su incidencia sobre el sistema mediático*

Hallin y Mancini en el capítulo segundo de su libro, a la hora de clasificar los modelos en las democracias que estudian, establecen una serie de variables que han identificado como relevantes en la literatura especializada que, desde el ámbito del sistema político, inciden directamente en la conformación de los sistemas mediáticos (p.46). Estas variables son:

- 1.- La “Historia Política” entendida en términos de su desarrollo democrático, más temprano o tardío, y en términos de si su conformación de la vida pública tiene a generar diferencias entre las distintas fuerzas políticas que encuentran soluciones sin tensar el aparato institucional (moderado) o, por el contrario, hay constantes tensiones que ponen en entredicho a los gobiernos y/o a las instituciones (polarizado).
2. El tipo de gobierno considerado a partir de su conformación, mayoritaria o de coalición. Esto es relevante en su modelo a partir de considerar los gobiernos mayoritarios tienden a concentrar el poder, a dominar en la conformación del gabinete, a ser producto de sistemas bipartidistas y de sistemas electorales mayoritarios, y en los que existe una clara separación entre el gobierno y la oposición. En cambio en los sistemas de coalición hay la posibilidad de compartir el poder, de ser el producto de un sistema multipartidista y de voto proporcional y, en donde existen los pactos y la cooperación constantes.
- 3.- La tendencia hacia una arena política dominada por un espíritu liberal o corporativo. Lo que se refleja en la importancia de pertenecer a diversas organizaciones o asociaciones para la defensa de los intereses o bien si ello es irrelevante y el entramado legal permite a los individuos suficiente capacidad para defenderse frente al Estado. Aquí también cuenta el poder de las organizaciones partidistas en la vida pública y las formas de representación, sectorial o individual, que presuponen.
- 4.- La tendencia hacia el predominio de la legalidad y la racionalidad en los procesos político-legales o bien, si por el contrario, existen tendencias hacia el predominio del clientelismo y cierta informalidad.

5.- El papel del Estado entendido como una acción política que tiende hacia el dirigismo en la economía y vida social, uno de cuyos resultados bien puede ser el Estado de bienestar, o si por el contrario la tendencia es hacia la liberalización y la actuación de las fuerzas del mercado.

A partir de la conjunción de las variables, en la siguiente tabla se condensa la forma en que las variables políticas impactan en los sistemas mediáticos y dan como resultado los siguientes modelos.

**Tabla 1: Modelos de Sistemas Mediáticos**

	<b>Pluralista polarizado</b>	<b>Corporativista Democrático</b>	<b>Liberal</b>
<b>Estructura de los mercados mediáticos</b>	Baja circulación; prensa de élites. (Menos Francia).	Alta circulación de prensa; orientación de masas.	Circulación media; orientación de masas y comercial.
<b>Paralelismo Político</b>	Fuerte paralelismo (comentario y editorialización). Pluralismo externo.	Ha transitado de ser prensa partidista a ser de Mercado. Pluralismo.	No hay paralelismo; Pluralismo interno.
<b>Profesionalización</b>	Débil profesionalismo; instrumentalización	Fuerte profesionalismo; Autoregulación institucional.	Fuerte profesionalismo. Autoregulación, pero no institucionalizada.
<b>Papel del Estado en los Medios</b>	Fuerte intervención. Desde subsidios a censura; desregulación tardía y “salvaje” (menos Francia).	Fuerte intervención. Subsidios y fuerte tradición de servicio público, pero con garantías de libertad de prensa.	Dominio de Mercado, excepto por la radiodifusión en Gran Bretaña e Irlanda.

### **El modelo mediático en América Latina**

Con base en el trabajo de Hallin y Mancini se plantea revisar las variables políticas y mediáticas que proponen con el objeto de descubrir coincidencias y divergencias propias de la historia reciente de los países de América Latina. A lo largo de la investigación se analizaron las diferentes variables en el contexto de los diferentes

países de América Latina y ha sido interesante comprobar que si bien en su mayoría resultan útiles para establecer ciertos rasgos que contribuyen a la definición de un modelo particular para esta región, ha sido necesario complementar con otras variables, así como discutir los contenidos de las variables originales a partir de perspectivas complementarias.

### *Las variables políticas y su incidencia en el sistema mediático*

En este sentido, se presentan las siguientes variables del sistema político que afectan la conformación del sistema mediático en América Latina.

1.- La “historia política” reciente. Se trata de países que, en su mayoría, han transitado durante los últimos 20 años de formas de autoritarismo hacia sistemas más plurales. Asimismo, es importante destacar si su conformación de la vida pública tiende a generar diferencias entre las distintas fuerzas políticas que encuentran soluciones sin tensar el aparato institucional (moderado) o, por el contrario, hay constantes tensiones que ponen en entredicho a los gobiernos y/o a las instituciones (polarizado). Si bien hay tendencias generales al pluralismo moderado, también hay casos, sin embargo, en donde hay signos de polarización (Bolivia, Ecuador, Venezuela) y otros en donde, sin llegar a esta polarización, se puede ver un pluralismo ineficiente, como en México y, en cierta medida, Colombia.

¿Cómo incide esta variable en el sistema mediático? En los casos de pluralismo polarizado, hay fuerte tendencia al paralelismo político. En cambio, en los casos del pluralismo moderado e ineficiente, la cobertura de la agenda tiende a estar dominada por los intereses corporativos y por un periodismo con baja tendencia a la investigación.

2.- La tendencia hacia una arena política dominada por un espíritu liberal o corporativo. Si bien en América Latina parece coexistir un modelo que combina la agregación de intereses en corporaciones y la acción individual, cuando se trata de actores económicos de relevancia, esto último parece aplicar al caso de los medios de comunicación en los últimos 20 años. En América Latina las corporaciones se han empleado para agregar intereses de tipo económico (y no político) de los sectores populares, básicamente. Incluso en México, en donde las estructuras corporativas se extendieron a sectores empresariales y siguen siendo clave para la actuación del grueso de actores mediáticos en su relación con el Estado, han sido los más grandes consorcios quienes no sólo

actúan por iniciativa propia, sino que se sirven incluso de las estructuras corporativas en su beneficio.

¿Cómo incide esta variable en el sistema mediático? A diferencia de Europa, en donde el pluralismo organizado en estructuras corporativas ha dado como resultado fuertes sistemas de medios públicos y unos medios integrados en el marco de la representación de grupos, en América Latina, las estructuras corporativas, cuando llegaron a existir para los medios (como en México), se han transformado en los últimos 20 años de ser mecanismos de intercambio de beneficios por apoyo político a ser ahora rehenes de los intereses de los grupos empresariales más poderosos. En el caso de las organizaciones de periodistas, o bien éstas nunca han sido del todo efectivas en crear un espíritu de cuerpo, o bien éste se ha diluido a partir del reforzamiento del modelo comercial en los últimos 20 años. Los grandes consorcios de medios han tendido a establecer sus relaciones con el Estado de forma individual.

3. La tendencia hacia el predominio de la legalidad y la racionalidad en los procesos político-legales o bien, si por el contrario, existen tendencias hacia el predominio del clientelismo y cierta informalidad. Si bien se encuentran ciertas tendencias hacia la modernización administrativa –búsqueda de profesionalización del servicio civil, como en Chile o en México--, aún persisten fuertes tendencias a establecer relaciones de clientelismo en sectores importantes: menos en Chile, más en México, Brasil y Colombia.

¿Cómo incide esta variable en el sistema mediático? Este tipo de relaciones inserta a los medios directamente en el proceso político, al permitir a sus dueños establecer alianzas con grupos políticos particulares, utilizar sus propias organizaciones para intervenir en la política (incluso capturar al órgano regulador, como en Brasil o Colombia) y utilizar sus relaciones para reducir o evitar los efectos de la regulación cuando es inconveniente. En México esto es muy notorio en la forma en que la televisión privada reporta sobre ciertos hechos y políticos, o en la incapacidad del Estado de sancionar; en Colombia se nota en las alianzas que han surgido entre los grupos políticos y mediáticos de forma directa. En Chile, el problema no es tanto la existencia de estructuras clientelistas, sino la débil consolidación de una autoridad legal-racional, lo que se ve en que aún no termina de emerger un modelo periodístico de investigación. En general, el clientelismo se mantiene como forma de relación entre grupos políticos y dueños de medios: reduce

eficiencia y eficacia de la regulación, permite injerencias indebidas en la política y dificulta el desarrollo de un periodismo profesional (“objetivo”) y de investigación.

4.- ¿Se tiende hacia el intervencionismo estatal o bien hacia la actuación más libre de los mercados? Las reformas han consolidado aún más los modelos comerciales, han restringido el papel del Estado y han favorecido los intereses económicos de las corporaciones. En general, se ha tendido a favorecer la concentración de propiedad que a permitir la entrada a nuevos jugadores que fortalezcan la competencia.

¿Cómo incide esta variable en el sistema mediático? En todos los casos, la tendencia de las reformas ha sido hacia otorgar mayor libertad a las empresas existentes en doble sentido: aprovechar mejor la tecnología en su beneficio y consolidar su posición de mercado (frente a clientes y competidores). Es decir, se permite a las empresas ofrecer más servicios, pero no necesariamente se generan mercados más competitivos y libres. Mayor concentración de la propiedad. Esto favorece el desarrollo de relaciones poco claras entre las élites mediáticas y sectores de las clases políticas. Reguladores capturados. Ineficiencia en la capacidad regulatoria del Estado. Las reformas han consolidado la concentración de la propiedad y la desregulación salvaje que, en muchos casos, termina por favorecer la captura de la capacidad del Estado para regular. Hay, sin embargo, casos de “resaca” en los que el Estado intenta retomar su capacidad regulatoria y de control sobre los medios (Argentina-regulatoria; Venezuela y Ecuador-control).

5. ¿Se trata de Estados que han reformado por completo sus formas de propiedad mediática luego de las transiciones? No hasta recientemente. Hasta hace unos años, en ninguno de los casos la estructura básica del modelo comercial de medios se afectó luego de las transiciones o de la constitución de 1991 en Colombia. Los grupos empresariales sobreviven y no sólo se mantienen, sino que aumentan su tamaño.

¿Cómo incide esta variable en el sistema mediático? Las reformas han sido de corte neoliberal y, dada la relativa debilidad de los aparatos reguladores, han favorecido la concentración de la propiedad (“savage deregulation”). Sin embargo, en los casos de Venezuela y Argentina existe una serie revisión de los esquemas de propiedad y de concesiones a los medios comerciales.

En cuanto a las variables de tipo mediático, luego de analizar diferentes casos nacionales, se determinó utilizar las mismas que proponen Hallin y Mancini: la estructura del mercado de medios; el profesionalismo; el paralelismo político y el papel del Estado en los medios. Sin embargo, es importante destacar que dos de estas variables han sido modificadas en sus criterios a observar y, por tanto, requieren de clarificación.

En primer lugar, la variable “profesionalización” que para Hallin y Mancini quedaba definida a partir de criterios relativos al grado de educación de los periodistas, a la “neutralidad” con que se reportan las notas y la información, y grado de autonomía de los periodistas para manejar su proceso de producción frente a dueños y editores, en este trabajo también utilizamos criterios relativos al trabajo periodístico en sí, tales como la verificación y el número de fuentes. En segundo lugar, la variable “papel del Estado en los medios” que Hallin y Mancini observan a través de criterios relativos al porcentaje del mercado entre los medios públicos y privados; el número y tipo de subsidios a los medios; las garantías para un ejercicio del periodismo libre o supervisado por el Estado; y el grado de efectividad de los mecanismos regulatorios, en este trabajo se complementa con criterios de contexto que responden a los tipos de transiciones políticas que se vivieron en los diferentes países (de quiebra, como en el caso argentino; de pacto, como en el caso uruguayo; o de negociaciones graduales, como en los casos brasileño y mexicano).

Así, a partir del análisis de las variables políticas y su impacto en la definición del modelo mediático, la propuesta de este trabajo es mostrar que existen elementos importantes para suponer un modelo definido como “liberal capturado”, que en términos generales y con distintos grados de semejanza, se puede considerar para América Latina. La definición “liberal capturado” supondría, en principio una contradicción de términos, pero que refleja con claridad las contradicciones inherentes a la vida pública -- el “realismo mágico”, dirían algunos-- de América Latina. El predominio de los términos “liberal” y “capturado” obedece a dos tendencias muy claras: por un lado, una hacia la desregulación y el retraimiento de las facultades regulatorias del Estado en el mercado mediático; y, por el otro, al mismo tiempo una fuerte tendencia hacia la “captura” de los espacios mediáticos por intereses claramente corporativos o incluso políticos. Esta última experiencia oscila entre la “captura” de los entes reguladores por parte de las grandes corporaciones mediáticas y la “captura” de la autonomía en las redacciones por parte tanto de los intereses corporativos como de las presiones de

grupos políticos. Esto último –la injerencia de los grupos políticos en las redacciones-- podría parecer una tendencia contraria al “liberalismo”, pero es paradójicamente una consecuencia de la disolución de reglas y normas claras que delimiten las facultades y responsabilidades de medios y actores públicos (o simplemente que nunca se han elaborado estas reglas), o que implica que la desregulación y falta de reglas claras llega hasta la incapacidad de los marcos jurídicos de defender adecuadamente las garantías de periodistas y comunicadores. Es, volviendo a las definiciones de Hallin y Mancini, una “liberalización salvaje”. Sin embargo, casos como Venezuela, Ecuador y, recientemente, Argentina, han mostrado una tendencia opuesta: a establecer mayor regulación. Sin embargo, en ciertos aspectos estas nuevas regulaciones resultan también favorecer la captura del aspecto informativo de los medios por parte, esta vez, de las clases gobernantes.

Este modelo “liberal capturado”, *grosso modo*, combina las siguientes características:

- Una débil circulación de la prensa (pero con fuerte influencia entre sus lectores, de élite),
- Una fuerte politización (politics-in-broadcast), pero no como resultado del paralelismo político –identidad de agendas mediáticas y políticas, como en el modelo mediterráneo--, ni de la defensa abierta de una agenda ideológica (aunque haya casos, sin duda), sino de la debilidad histórica del Estado de derecho combinado con una fuerte tradición clientelista que se mantiene como forma de relación entre grupos políticos y dueños de medios y que terminan por reducir la eficiencia y eficacia de la capacidad regulatoria del Estado, por facilitar la instrumentalización de los medios a favor de intereses económicos y políticos (ajenos a lo propia lógica mediática) y por favorecer el establecimiento de relaciones poco transparentes entre grupos de la clase política y de la clase mediática.
- Un contexto en el que se dificulta el desarrollo de un periodismo profesional (“objetivo” que separe hechos de opinión, por ejemplo) y de investigación (de hecho sacrificado en aras del logro de las agendas de cada medio). En los casos de pluralismo polarizado, como Venezuela, Ecuador o Bolivia, también hay un bajo desarrollo de profesionalismo y de investigación, pero ahí las razones tienen también que ver con el fuerte paralelismo político de los periodistas y sus medios.

- Una estructura comercial predominante que ha mantenido los esquemas de propiedad desde antes de las transiciones, pero con reformas que han consolidado la concentración de la propiedad y la desregulación salvaje que, en muchos casos, termina por favorecer la captura de la capacidad del Estado para regular.

En la siguiente tabla se resume el modelo:

**Tabla 2: El Modelo “Liberal Capturado”**

<b>Estructura de los mercados mediáticos</b>	<i>Baja circulación; prensa orientada a las élites, transmisiones orientadas a las masas.</i>
<b>Paralelismo Político</b>	<i>El periodismo es capturado por intereses tanto políticos como económicos; pluralismo externo en términos del número de organizaciones mediáticas, no necesariamente en términos de ideología.</i>
<b>Profesionalización</b>	<i>Profesionalización débil (no solo en términos de objetividad, sino también en términos de las prácticas); Instrumentalización. En algunos países, como Venezuela, también existe poca profesionalización, debida a un fuerte paralelismo.</i>
<b>Papel del Estado en los Medios</b>	<i>Transiciones de una fuerte intervención (de subsidios a censura) a una “desregulación salvaje” tardía; sin embargo, los gobiernos aún usan una cantidad de maneras de ejercer presión, formales (como los gastos en publicidad) e informales (como llamadas directas), sobre lo que se publica.</i>

## Referencias

- Aceves González, Francisco. 1993. "La influencia de los medios en los procesos electorales. Una panorámica desde la perspectiva de la sociología empírica", en *Comunicación y Sociedad*, No. 18-19 mayo-diciembre de 1993, pp 223-225. Guadalajara.
- Aceves González, Francisco. 2002. "Mediatización del espacio público y cultura política", en Maldonado Reynoso, Norma (Coord.), *Horizontes comunicativos en México*. México: AMIC.
- Aguilar, E. y Sánchez, J. 2003. *La comunicación política en el México Contemporáneo*. 1ª. Edición. México: LunArena arte y diseño S.A. de C.V.
- Álvarez Teijeiro, Carlos. 2000. *Comunicación, democracia y ciudadanía. Fundamento teóricos del Public Journalism*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus-La Crujía.
- Blumler, Jay y Gurevitch, Michael. 1995. "Towards a comparative framework for political communication Research", en Blumler y Gurevitch (eds.). *The Crisis of Political Communication*, [Publicado originalmente en 1975] Londres: Routledge, p.75.
- Collier, David. 1993. "The Comparative Method", en Ada W. Finifter (ed.). *Political Science: The State of the Discipline II*. Washington, D.C.: American Political Science Association.
- Crovi, Delia. 1995. "La televisión como instrumento de gobernabilidad". En Toussaint, Florence (Coord.) *Democracia y medios de comunicación: un binomio inexplorado*. México.
- Deutsch, Karl. 1987. "Prologue: Achievements and Challenges in 2000 Years of Comparative Research," in *Comparative Policy Research*, en M. Dierkes, H. Wieler y A. Antal. *Comparative Policy Research: learning from experience*, WZB Publications, Gower.
- Fara, Carlos. 2004. "Comunicación política en América Latina: tendencias, factores y problemas prácticos". En *Diálogo Político*, pp. 79-99.
- Fernández Santana, J.O. 1993. "Limitaciones y utilidad de las encuestas electorales", *Investigación y Marketing*, núm.42, Julio., pp.51-56.
- Flores, Julia y Meyenberg, Yolanda. 2003. *La naturaleza del compromiso cívico: capital social y cultura política en México*. México: UNAM.
- Guerrero, Manuel Alejandro y Manuel Chávez, eds. 2009. *Empowering Citizenship through Journalism, Information and Entertainment in Iberoamerica*, México: Universidad Estatal de Michigan, Universidad de Miami y Universidad Iberoamericana.
- Guerrero, Manuel Alejandro y Sallie Hughes. 2009. "The Disenchanted Voter: Emotional Attachment, Social Stratification, and Mediated Politics in Mexico's 2006 Presidential Election", en *International Journal of Press/Politics*, vol.15, núm.3.

- Guerrero, Manuel Alejandro. 2009. *The Emergence of Political Pluralism in Mexican Broadcasting*, Germany: VDM Verlag.
- Hallin, Daniel C. y Paolo Mancini. 2004. *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge, UK; Nueva York: Cambridge University Press.
- Maldonado Reynoso, Patricia. 2003. "Radio por Internet y democracia". En Maldonado Reynoso, Norma (coord.), *Investigación de la comunicación. México en los albores del siglo XXI*. México: AMIC.
- Molina y Vedia, Silvia. 2003. *La comunicación política desde el horizonte de la identidad y la tolerancia*. México: UNAM.
- Moreno, Alejandro. 2003. *Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ortega, Patricia 2006. *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. México: Editorial E y UAM-X.
- Pareja, Norma 2005. *Los medios de comunicación como actores políticos. Un estudio sobre la relación del consumo de la prensa y la intención de voto en las elecciones intermedias del 2003 en la Ciudad de México*. Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México.
- Reyes Arce, Rafael y Munch, Lourdes. 2000. *Comunicación y mercadotecnia política*. México: Noriega.
- Rodríguez Arechavaleta, Carlos Manuel. 2008. "Persuasión política, opinión pública y decisión del voto en las elecciones presidenciales de México 2006", en *Revista Legislativa De Estudios Sociales Y Opinión Pública*.
- Toussaint, Florence. 1995. "Las encuestas electorales", en Maldonado Reynoso, Norma (coord.), *Horizontes comunicativos en México*. México: AMIC.
- Trejo Delarbre, Raúl. 1992. *La sociedad ausente*. México: Cal y Arena.
- Trejo Delarbre, Raúl. 2001. *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*. México: Cal y Arena.
- Trejo Delarbre, Raúl. 2004. *Poderes Salvajes: mediocracia sin contrapesos*. México: Cal y Arena.
- Rincón, Omar (Editor). 2008. *Los Tele-Presidentes: Cerca del pueblo, lejos de la democracia. Crónicas de 12 presidentes latinoamericanos y sus modos de comunicar*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina Friedrich Ebert Stiftung.
- Sánchez Ruiz, Enrique E. 1981. "Los medios masivos y el poder en México: Un marco Histórico-Empírico mínimo para su estudio". En: *Publicaciones de Ciencias de la Comunicación*, Número 5. Guadalajara: ITESO.

Sánchez Ruiz, Enrique E. 1987. *Centralización, poder y comunicación en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Sánchez Ruiz, Enrique. 1990. “Educación, medios de difusión y democracia”, en *Medios, democracia, fines*. México: UNAM, Fundación Frederick Naumann, Notimex.

Vega Montiel, Aimée. 2000. “El manejo de las emociones en las campañas presidenciales de México y España”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. No. 180. México: UNAM.