



UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA

Neopopulismo y Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina

María Eugenia Sosa Fernández

Universidad Nacional de Colombia
Instituto de Estudios Políticos y Relaciones
Internacionales . IEPRI
Maestría en Estudios Políticos
Bogotá D.C., Colombia
2014

Neopopulismo y Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina

María Eugenia Sosa Fernández

Tesis de investigación presentada como requisito parcial para optar al título de:
Magister en Estudios Políticos

Director:
PhD., Fabio López de la Roche

Universidad Nacional de Colombia
Instituto de Estudios Políticos y Relaciones
Internacionales -IEPRI
Maestría en Estudios Políticos
Bogotá D.C., Colombia
2014

Dedicatoria

A mis padres, hermanas y mi hijo.

Resumen

El análisis a los gobiernos de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), permite un acercamiento al sistema político de la Argentina y a la puesta en práctica de ese proyecto político a partir de un estilo populista en la gestión y en el que se enmarca la compleja relación con los medios de comunicación, instalando el debate con el ascenso de Cristina Fernández, respecto a la necesidad de democratizar la información mediante una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta ley fue exhibida como un decálogo de derechos y buenas intenciones enfrentado a los poderes dominantes de las corporaciones mediáticas y a los intereses de mercado, empresa y propiedad. Una ley que generó tanto polémica como grandes expectativas y que ahora, en la fase de aplicación, ha motivado fuertes críticas dada la politización y polarización que vive el país, pero principalmente, debido a la falta de neutralidad y de criterios técnicos y profesionales por parte de quienes están obligados a velar por su cumplimiento desde el organismo encargado de la aplicación.

Palabras clave: Medios de Comunicación, populismo, política, democracia.

Abstract

The analysis of the governments of Nestor Kirchner (2003-2007) and Cristina Fernandez de Kirchner (2007-2015) in Argentina, allows for an understanding of the political system of the country, the implementation of the political, economic and ideological project of the Kirchners and the management of their respective governments. More specific elements of analysis include the relationship of the media and power and the debate that was installed in the country in relation to civil rights. Especially, regarding freedom of expression and communication, market, business, property and competition, all in the light of the Law on Audiovisual Communication Services (26,522) proposal, adopted on October 10, 2009 and whose constitutionality was endorsed by the Supreme Court on October 29, 2013.

Keywords: Media, populism, policy, politics and democracy.

Contenido

DEDICATORIA	IX
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN	12
1.1. . Capítulo 1	18
1.2. Democracia y medios de comunicación.....	18
1.3. Políticas de comunicación.....	20
1.4. Libertad de información, de opinión y de expresión.	27
1.5. Convención Americana sobre Derechos Humanos. Pacto de San José, 1969	28
1.6. Derecho a comunicar.....	30
2. CAPÍTULO 2.....	37
2.1. LOS POPULISMOS HISTÓRICOS A LOS NUEVOS POPULISMOS.....	37
2.2. Populismos históricos y su relación con los medios de comunicación	41
2.2.1. Brasil 1930-1954	41
2.2.2. México 1934-1940	43
2.2.3. Argentina 1946-1955 / 1973-1974.....	44
2.3. El debate y las posiciones sobre neopopulismos y nuevos populismos.....	48
2.4. Neopopulismo en Argentina durante la década de los 90	51
2.5. Nuevos populismos en el siglo XXI.....	54
2.5.1. Nuevo populismo en Bolivia	57
2.5.2. Nuevo populismo en Ecuador.....	58
2.5.3. ¿Nuevo populismo o neopopulismo en México?.....	59
3. CAPÍTULO 3.....	65
EL DEBATE SOBRE LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL... 65	
3.1. Nuevo populismo en Argentina. El populismo radical de los gobiernos Kirchner	65
3.2. Sistema de medios.....	71
3.3. La Coalición por una Radiodifusión Democrática	73
3.4. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	75
3.5. Grupo Clarín	78
3.6. Movilizaciones y redes sociales	83
3.7. Publicidad oficial.....	87
3.8. Hechos recientes	89
BIBLIOGRAFIA	99

Introducción

Latinoamérica ha llevado fases disímiles en la construcción de sus Estados y respectivas democracias, puede citarse como un hecho común, que todos los países de la región experimentaron procesos de independencia durante el siglo XIX. No obstante, como muestra la historia del siglo XX y del naciente siglo XXI, las diferencias son marcadas en cuanto al devenir de los gobiernos, las economías, las sociedades y el estilo que han adoptado los líderes en diferentes momentos, por lo que no es posible generalizar a América Latina como un todo, es necesario analizar a cada país desde sus especificidades y a partir de ahí, establecer puntos de encuentro que permitan comparar algunos procesos.

La aproximación a la historia política de Argentina permitirá comprender la tendencia cíclica de algunos procesos y su componente cultural anclado en el peronismo que en gran parte explica el devenir político, histórico, social, económico y cultural del país hasta el día de hoy con el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner, quién tiende a radicalizarse tras su reelección y cuyo periodo finalizará el 10 de diciembre de 2015.

En la última década, diferentes países de Sudamérica han mostrado un importante giro tanto en materia económica como política y social, dirigentes políticos con una marcada ideología sea esta de izquierda o de derecha han llegado al poder con un importante respaldo popular y amparados justamente en la voluntad de las mayorías construyeron sus relatos y discursos, introdujeron reformas, cambios y políticas, pero también han polarizado las sociedades y condicionado los recursos. No se desconoce, en ese marco, el alcance y la reivindicación para algunos sectores en los diferentes países de la región. Sin embargo, los resultados obtenidos son precarios respecto a las necesidades de desarrollo de la población, como lo refleja el reciente Informe de Latinobarómetro 2013, un 68% de la región pertenece a la clase baja, un 30% a la clase media que va en aumento y apenas un 2% a la clase alta. Del 68% de la clase baja, la mitad está en condiciones precarias, sin siquiera poder garantizar su subsistencia.

Estas situaciones cuentan con diferentes actores y también con escenarios diversos, uno de gran relevancia para entender los contextos latinoamericanos, se da a partir de los medios de comunicación y el papel que ocupan como

agentes con capacidad de influir, informar y formar opinión pública, construir realidades a partir de los hechos y personajes y, la interpretación que se haga de los mismos, también a partir de la información que suministran, es posible instalar agendas de discusión e incidir en la toma de decisiones, con lo cual, la responsabilidad no es poca.

En ese contexto, diferentes gobiernos de la región sentaron posiciones antagónicas respecto a los medios de comunicación, debido al poder que estos últimos han concentrado, convirtiéndose en oligopolios, y en alianza con sectores privilegiados en sus países. Esta situación ha llevado a la desaparición de medios pequeños que no ostentan un contenido altamente comercial, así como a la intervención e influencia de los grandes medios en detrimento de los medios locales y regionales.

Argentina no escapó de esa dinámica, siendo uno de los países más importantes del continente, debido a su tamaño e influencia regional, atravesó procesos importantes en lo político, social, económico, institucional y cultural en los últimos 30 años con el retorno a la democracia, incluso, se habló en algunos sectores de la necesidad de sancionar una nueva ley de telecomunicaciones que derogara la que venía de la dictadura. No obstante lo anterior, los proyectos e intentos no vieron la luz, salvo decretos presidenciales que permitieron otorgar licencias a los poseedores de medios, pero no se legisló sobre la materia y se fue cediendo terreno al mercado como ente regulador.

Es relevante, en ese sentido indagar y establecer ¿por qué se llega a la ley de medios? ¿En qué contexto y bajo qué circunstancias se propone, se aprueba y se sanciona la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual por el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner teniendo en cuenta que no fue prioridad de su antecesor y esposo Néstor Kirchner?, valga decir que, éste mantuvo los privilegios y una relación de conveniencia con los medios de comunicación durante su mandato, fue apenas durante la campaña de Cristina Fernández que se percibió cierta hostilidad.

Es relevante mencionar que el 25 de mayo de 2003 se dio inicio al gobierno del presidente Néstor Kirchner, su proyecto no sólo tuvo continuidad, una vez que terminó su mandato el 10 de diciembre de 2007, sino que se profundizó con la gestión de Cristina Fernández, y que se ha radicalizado tras su reelección el 23 de octubre de 2011 periodo que finalizará el 10 de diciembre de 2015.

Los rasgos distintivos que marcan el estilo de gobierno y definen el proyecto político de los Kirchner pueden sintetizarse en la reivindicación de lo nacional y popular como emblema, además de sus raíces políticas ancladas en el

peronismo, con lo cual las políticas sociales, económicas se han encaminado en esa dirección de intervención del Estado en diferentes escenarios, pero también en el uso del Estado, sumado a lo anterior, un discurso bastante instrumental en el tema de derechos humanos para obtener la legitimidad que les permitiría sostenerse durante los diez años que han acumulado en el poder.

Con Néstor Kirchner no se dio una ruptura con los medios de comunicación, de hecho hubo cercanía con los grandes grupos multimedia como fue el caso del Grupo Clarín, este es uno de los conglomerados que agrupa diferentes medios y es a su vez, uno de los prestadores de servicio de cable más importante en la Argentina. Kirchner no tuvo impedimento en sostener los beneficios adquiridos a los medios, que evidentemente ya reflejaban la concentración mediática en el país, por lo que el discurso altruista y reivindicativo que trató de darse posteriormente genera cuando menos sospecha.

Fue hasta la ruptura de relaciones con Clarín, que el tema de la "democratización de la palabra", llegó a la agenda de gobierno y adquirió significado épico, se convirtió en el estandarte de la batalla entre el gobierno y los medios, en especial con el Grupo Clarín, que perdió su lugar de amigo para convertirse en el acérrimo enemigo del kirchnerismo desde la propuesta, aprobación y sanción (10 de octubre de 2009) de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522, cuya constitucionalidad fue refrendada por la Corte Suprema, el pasado 29 de octubre frente a unos artículos que habían sido demandados por Clarín. Esto quiere decir que la ley es constitucional y todos los implicados deben regirse por lo que allí se ordena.

Mucho se ha especulado sobre el origen del distanciamiento, la relación Kirchner-Clarín, un primer momento en el que se evidenció la fractura fue durante la primera campaña de Cristina Fernández, sin embargo no se había dado la ruptura en las dimensiones alcanzadas a medida que pasó el tiempo. Al parecer, ésta tuvo lugar a raíz del interés de Clarín para adquirir derechos sobre Telecom Argentina y según destacaron medios locales, el entonces presidente Néstor Kirchner estaba interesado en que fuera otro grupo quien se quedaría con el control sobre Telecom Argentina, al parecer, empresarios amigos. En ese momento no fue tan evidente la pugna que se había instalado entre el gobierno y Clarín, y que posteriormente, pasaría a generalizarse con los medios de comunicación más influyentes y de postura contraria al discurso oficialista.

La tensión entre Clarín y el gobierno nacional escaló y no dejó lugar a dudas respecto a la ruptura, durante el paro de los empresarios del campo, conocido como la crisis del campo, que contempló además, el bloqueo de autopistas. Este ocurrió entre marzo y julio de 2008, a muy pocos meses de que Cristina

Fernández hubiera llegado a la Casa Rosada. La protesta se desencadenó por la decisión del gobierno de incrementar las retenciones a las exportaciones de soja y girasol y establecer un sistema móvil para éstas mediante resolución ministerial 125/08, de la cartera de Economía y Producción. Finalmente, tras 129 días de paro y bloqueos; y, un lenguaje bastante cargado y poco conciliador por parte de la presidente, el paro culminó con la derogación de dicha resolución por parte del Ejecutivo.

La crisis del campo y la posición que asumió Clarín en contraposición a la postura oficial, marcó un punto de inflexión en la que sería no sólo una ruptura definitiva, sino la mutua enemistad que dicho sea de paso, se intensificó con el pasar de los días. Pasada la crisis, el gobierno de Cristina Fernández de Kirchner impulsó junto con diferentes movimientos sociales la eliminación de La ley de Radiodifusión que se había mantenido desde la dictadura, con lo cual se sancionó en el legislativo, en octubre de 2009, la Ley 26.522: Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual o comúnmente denominada Ley de Medios.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual se diseñó como la fórmula para promover la apertura de contenidos, la incursión de nuevos actores en el escenario de las comunicaciones y disminuir o eliminar los beneficios adquiridos por quienes detentan el oligopolio de las comunicaciones. En el marco del enfrentamiento se buscó frenar la aplicación de algunos artículos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, para lo cual las partes que se consideraron afectadas por la ley, acudieron a la justicia demandando la inconstitucionalidad de los artículos en disputa, adicionalmente, la polémica se instaló tanto en la agenda informativa como en la agenda política, con lo cual, la cuestión alcanzó relevancia nacional y se convirtió en tema de discusión y polarización de la sociedad.

Desde su aprobación, la presidente Cristina Fernández debió enfrentarse a sectores críticos y en ocasiones a la enérgica campaña de desprestigio por parte de grupos apoyados por algunos medios de comunicación, en especial el grupo CLARIN que señaló a la presidente de promover políticas populistas y de tomar medidas en torno a los medios para silenciar a la oposición, lo que equivaldría a una **Ley Mordaza**.

Nótese que la denominación **Ley Mordaza**, adquiere su sustento al suponer que las medidas tomadas respecto a los medios de comunicación con la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual afectarían la libertad de expresión y de mercado, considerando que, el cambio en la norma sobre el régimen de licencias es discriminatorio y le quita sostenibilidad a los medios de comunicación privados, con lo cual se restringe la libertad de expresión. Sí la

aplicación de la ley se diera en estricto sentido y conforme a lo que dice en el papel sería una buena norma, pero como ha mostrado la realidad, la fase de aplicación dista mucho de ser así, opera una lógica amigo-enemigo, para mis amigos todo, para mis enemigos la ley. Lo anterior le restó mucha legitimidad a la ley en la fase de aplicación.

Este análisis, es una mirada externa, pero se hizo un gran esfuerzo para aproximar, comprender y conocer la historia política del país, considerando fuentes variadas con la intención obtener mayor pluralidad, además de las fuentes de información dadas las dificultades que plantea una sociedad tan polarizada como es el caso de ese país, contrastable no sólo en la línea editorial de los medios, también en las redes sociales, en los documentos y en el seguimiento a la prensa, los archivos de televisión y a la experiencia y vivencia personal a partir del desplazamiento al país objeto de estudio.

Se consideró de gran utilidad para efectos de este documento la lectura que se hace del institucionalismo histórico, centrado en los actores, para pensar desde ahí el papel de los medios de comunicación en los regímenes democráticos, la libertad de expresión enfrentada al discurso de libre mercado y a la vez dimensionar el cambio en la política de medios de la región pero también para entender en mayor medida el impacto del neopopulismo en términos institucionales, políticos y sociales. (Zurbriggen, 2006).

Dicho esto es de gran importancia aproximarse a las definiciones y características existentes sobre el populismo y los debates que al respecto se han dado. La relevancia de abordar el concepto, se debe a que no es ajeno al devenir político e histórico de la región, sino que ha estado presente en diferentes momentos a través de líderes que combinando aceptación y respaldo popular han hecho uso y abuso de métodos y prácticas políticas atravesadas por rasgos populistas, recibiendo el calificativo de populista durante el siglo XX o neopopulista en el siglo XXI.

De entrada y en relación con este concepto, hay que plantear en la línea de los autores que han trabajado sobre el tema, el término de populismo es uno de los que representa mayor dificultad y complejidad a la hora de hacer una definición, en ese sentido, es más apropiado enfatizar que éste, alude más a una cuestión de rasgos y características. La otra cuestión sobre la que es pertinente referirse es que el populismo es transversal a las ideologías, no es atributo de una en particular, lo que permite comprender porque hay similitudes entre gobernantes populistas de izquierda y de derecha. El concepto es controvertido, se asocia al liderazgo carismático, al énfasis marcado en el nacionalismo y en la patria, al

desarrollismo, reformismo, movimientos de masas, estilo, discurso y modos de interpelación.

En cuanto a la estructura del documento, este se divide en 3 grandes capítulos, en el primero, se hace un análisis de los planteamientos teóricos y conceptuales que permiten la comprensión de la problemática que ocupa la investigación. En ese sentido, se considera la democracia, los medios de comunicación, las políticas y debates que se dan en torno a los conceptos de libertad de expresión, de opinión, de información, a la censura, también se aborda la parte normativa.

En el segundo capítulo, se hace un breve recorrido histórico por algunos de los principales populismos latinoamericanos emergidos durante el siglo XX para facilitar la comprensión de los neopopulismos del siglo XXI en la región.

En el tercer capítulo, se abordan en profundidad las gestiones del matrimonio Kirchner, indagando en su proyecto político enmarcado en el estilo neopopulista donde la instrumentalización del discurso ~~de~~ democratizador+ permitió llegar a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que como se ha mencionado en líneas anteriores estuvo atravesada por la pugna con los medios de comunicación y en especial con el Grupo Clarín. Dicho conflicto le restó legitimidad a la ley y polarizó la sociedad, es evidente que se dio la movilización social de grupos y sectores a partir de esa tensión.

Asuntos de suma importancia y minimizados por el gobierno nacional tiene que ver con el reparto de la publicidad oficial que opera como instrumento discrecional de premios y castigos para con los medios y, por otra parte, el papel del organismo de aplicación en el cual reside el éxito o fracaso de la ley. Finalmente, las conclusiones y reflexiones que quedan desde el abordaje teórico y conceptual pero también desde la observación de esa realidad específica, los retos, desafíos y escenarios posibles que se plantean para la ley.

Argentina se presenta como un campo de lucha en el que se configuran espacios de enfrentamiento, de movilización y tensión de fuerzas, espacios de dominación, de sujeción y de resistencia; invita, en todo caso a reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación en los regímenes democráticos, ¿permitted y posibilitó el gobierno Kirchner desde su estilo populista la democratización de la información y de la palabra?

Capítulo 1

1.1. Democracia y medios de comunicación

La democracia tiene como fin promover el desarrollo social y económico de su población, buscando sociedades más justas, por lo que su aplicación ha logrado importantes avances en el reconocimiento de derechos y libertades, por lo que en la actualidad es la forma de gobierno más aceptada en la mayoría de países del mundo.

La democracia ha pasado por diferentes momentos históricos que han permitido reconocer sus debilidades y establecer que hace parte de un proceso de continuos cambios y adaptaciones, esta reúne elementos que evidencian su fortaleza y debilidades, los medios de comunicación como parte del sistema democrático denotan en su existencia y pluralidad la solidez de la misma.

Gabriel Almond y Sidney Verba (2000) permiten determinar algunas de las características de la democracia, analizan las etapas posteriores a la primera y segunda guerra mundial, precisando que en los países de Europa se elige la democracia como la mejor forma de gobierno. Sin embargo, el estudio reflejó que en algunos países tanto el fascismo como el comunismo eran socialmente aceptados, lo que supuso un cuestionamiento a la inevitabilidad de la democracia en todos los países, también hizo mella en las limitaciones del modelo democrático para resolver diferentes problemáticas sociales y económicas. Es de señalar que la democracia fue reconocida como la forma de gobierno más apropiada, por lo que tomaría fuerza con el paso de los años logrando posicionarse a nivel global.

América Latina también atravesó diferentes momentos para su consolidación democrática, en un contexto de continuas dificultades políticas, sociales y económicas. O'Donnell (1997) parte de un estudio sobre las democracias latinoamericanas en las décadas de 1970 y 1980, que bajo un contexto social y económico inestable son muy frágiles frente a las democracias de Europa; y, destaca que los agentes de la democracia representativa son considerados responsables de sus acciones, se les exige la rendición de cuentas y están, asimismo, incorporados en una red de relaciones de poder institucionalizadas, donde los mecanismos de control presionan a los actores a evaluar los costos probables de sus acciones, con códigos de conducta determinados, por tanto, la

toma de decisiones puede ser lenta pero cuenta con alta probabilidad de ser implementada de forma exitosa al considerar previamente el margen de error.

O'Donnell (1997) plantea que las democracias delegativas, ocupan un lugar destacado en Latinoamérica, concentrando el poder en un líder que se sitúa a sí mismo sobre los intereses organizados de otras instituciones, su base política es un movimiento en torno a un líder, tomando distancia de los partidos políticos y su razón de ser, en estricto sentido. El líder es elegido a través de elecciones con una importante mayoría que lo faculta para convertirse en el intérprete de los intereses de la nación y de su población, teniendo como único limitante el período de tiempo señalado constitucionalmente para su permanencia en el cargo. Después de la elección, los votantes quienes son los que delegan el poder, se convierten en una audiencia pasiva, donde los problemas en especial los económicos sólo pueden solucionarse mediante criterios altamente técnicos que son defendidos políticamente por el presidente aun con la resistencia de la sociedad.

En las democracias delegativas no se exige la rendición de cuentas o es extremadamente débil, debido a que las instituciones son consideradas innecesarias y la toma de decisiones es rápida, permitiendo la formulación de políticas con una implementación arriesgada, y en consecuencia con importantes márgenes de error, donde el presidente concentra la responsabilidad por los resultados.

De otra parte, Pye (1969) identifica una serie de elementos que permiten abordar la estructura básica de la sociedad, entendiendo que, parte de las consecuencias del desarrollo tecnológico en la sociedad pasan por la evolución en el sistema de medios de comunicación. El autor en mención, desarrolla el análisis partiendo de la sociedad tradicional hasta llegar a la sociedad moderna, destacando que en la sociedad tradicional se otorga el valor a la calidad de la información en virtud de la relación personal con la fuente de información. Los líderes de opinión se destacan por la habilidad dar forma y armar la escasa información compartida, por lo que el líder es reconocido como un relator de historias, con un volumen limitado de mensajes y con velocidades restringidas.

Siguiendo a Pye (1969) la sociedad en proceso transicional es aquella que no cuenta con un criterio específico para seleccionar los temas que deberían transmitirse, por lo tanto, depende en gran medida de los sistemas extranjeros e internacionales para la información, a falta de líderes de opinión especializados, capaces de separar los mensajes del sistema de medios de masa y atraer la atención sobre asuntos de interés especial para un público concreto, tiene

además, comunicaciones fragmentadas entre el nivel urbano de élite y el nivel de aldeas o de masas. En tanto que, las sociedades modernas son aquellas donde se integran los procesos formales de comunicación y los procesos sociales, articulándose el uno con el otro, es en este momento, que se puede transmitir un gran volumen de mensajes uniformes a un vasto auditorio y donde la atención de ese auditorio masivo puede garantizarse mediante la repetición y las comunicaciones formales que están orientadas a proteger la información especializada, para auditorios particulares.

Schramm (1969) permite reflexionar sobre la sociedad e incluye un análisis en el que destaca que, la comunicación puede convertirse en una herramienta promotora de desarrollo, con la capacidad para promover la visión de unidad nacional, planeación y el avance económico. En ese sentido se espera que el seguimiento de indicadores incluyan aspectos que develen el crecimiento del porcentaje de adultos que saben leer y el consumo de cine, periódicos, radio, televisión y en la actualidad, la internet, así como la incursión de nuevas tecnologías que permitan relacionar características de una sociedad, desde la tradicional a la moderna.

Se infiere a partir de lo anterior que la democracia y las características en la estructura de medios de comunicación se encuentran relacionadas y vinculadas a procesos sociales, económicos y culturales, adicionalmente, el ciudadano requiere información que le permita comprender su entorno y tomar decisiones, más allá de los momentos electorales, para tener criterios suficientes a la hora de evaluar las gestiones de sus representantes y exigir cambios o proponer soluciones. Al informarse y comunicarse se abre la posibilidad de ejercer control social en las instituciones y visibilizar las diferentes problemáticas desde los medios de comunicación.

La democracia implica acuerdos y negociaciones y se espera que estos permitan la construcción de sociedades más justas. Sin embargo, se precisan mejores canales para hacer llegar de manera efectiva las demandas de los ciudadanos al gobierno y plantear de ese modo los mecanismos para dar a conocer los resultados de la gestión.

1.2. Políticas de comunicación

Al realizar un acercamiento a las políticas o a las acciones llevadas a cabo en relación con las políticas de comunicación, se pueden identificar algunas

cuestiones sobre la forma en que se establece la relación del poder del Estado con los medios de comunicación y la consolidación de las instituciones democráticas. Surgen inquietudes en esa dirección y respecto a la naturaleza de los medios, su incidencia en los públicos, los contenidos, conocimientos, sentimientos y valoraciones que de allí se desprenden.

Desde la teoría política y económica de la comunicación se puede considerar que la estructura económica y de propiedad de los medios, puede verse influenciada por una red de intereses que pueden incidir en los contenidos que se difunden; de otra parte cómo la fuente de recursos de la publicidad desde el sector privado o la financiación con los recursos gubernamentales, incide sobre los criterios de los contenidos de los medios, como se mencionará más adelante con el estudio de caso, en el que puede apreciarse como la publicidad oficial terminó convertida en un sistema de premios y castigos para los medios de acuerdo a su línea editorial .

Es importante reconocer que los cambios económicos y sociales han influido en la relación entre el Estado y los medios de comunicación. En el siglo XVI la mayor parte de la población vivía en el campo, al desplazarse hacia las formaciones urbanas se presionó sobre la palabra pública, acentuándose durante el siglo XVIII con la burguesía, que empezó a disputar el poder político en manos de la monarquía, la nobleza y la Iglesia.

Con el surgimiento de la imprenta nace una respuesta a la necesidad social de comunicarse, situación que es aprovechada por la burguesía que reclama el derecho a poder expresarse, es decir, el fin del monopolio de la palabra por parte de la Iglesia y los reyes.

Este cambio en la mentalidad responde a la necesidad de libertad de expresión y libertad de prensa, promovidos a partir de 1850 con la prensa popular diaria, dando origen a las primeras empresas periodísticas, por lo que algunos consideraron que libertad de prensa es la aplicación de la libertad de expresión en el ámbito empresarial (Mastrini, 2011).

Los autores Cuilenburg Jan Van y McQuail Denis (2005) permiten reconocer a partir de un análisis realizado en Europa y Estados Unidos algunas características sobre las políticas de medios en diferentes épocas, en las cuales se pueden identificar las prácticas del Estado y del mercado, respecto a lo que se considera de interés público, mostrando que los medios de comunicación en relación con los contenidos, la distribución de los servicios y las formas de regulación o de auto-regulación difieren en sus objetivos y resultados.

El análisis propuesto por estos autores se divide en tres fases las cuales muestran unos momentos que modificaron de manera importante la relación con los medios de comunicación. En la fase I plantean la delimitación a principios del siglo XX cuando los medios de comunicación son considerados ramas de la industria con importancia estratégica y militar bajo el control del Estado, enfatizando en el desarrollo económico y tecnológico de las redes de infraestructura y distribución, específicamente, sobre el telégrafo, la radio, el cine, la televisión y la transmisión por cable.

En la fase II los autores desarrollan desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta aproximadamente 1980, esta fase de maduración que incluye una evaluación más adecuada respecto del significado de los medios masivos para la política y para la vida social en la democracia de masas, en la que se da prioridad a las consideraciones normativas y políticas evaluando las implicaciones tecnológicas y la estabilidad nacional. También se promueve la elaboración de informes que alerten sobre el papel de la prensa y las consecuencias negativas de la concentración de la prensa lo que lleva a considerar medidas para promover la diversidad de propietarios y de contenidos insistiendo en crear criterios de acción que permitan la diversidad, la veracidad, y la no apelación al sensacionalismo. En relación con la radio y la televisión, éstas se fortalecen en el periodo de entre guerras, aunque con diferentes lineamientos entre un país y otro.

A finales de la fase II, en Europa se llevó a cabo la desregulación de los medios de titularidad pública, buscando evitar la influencia del gobierno que en algunos casos la utilizó como plataforma política.

En la fase III Cuilenburg Jan Van y McQuail Denis (2005) plantean una nueva preocupación por la convergencia tecnológica, se difuminan las fronteras para las tecnologías de la información, debido a que cada vez más quedan interconectadas para prestar el mismo tipo de servicios; un ejemplo de esto es la televisión y la internet que involucran la fusión en algunos casos de comunicaciones y contenido.

Las políticas en esta fase se orientan hacia la lógica del mercado, la tecnología y los deseos de los consumidores, demostrando una disminución en el interés por lo público, a partir de 1975 desaparecen los monopolios de propiedad pública y el concepto de servicio público.

En estudios posteriores, la Comisión Europea en 2009, plantea que este cambio no llevó a un pluralismo en los sistemas de comunicación, por el contrario, se

dieron los espacios para la concentración vertical y horizontal de los medios y el incremento de presiones y directrices transnacionales.

Retomando a Cuilenburg, Jan Van y McQuail, Denis (2005) las políticas europeas se establecieron sobre criterios que buscaron el servicio universal, la diversidad de contenidos en términos políticos, sociales y culturales; con metas no lucrativas orientadas al servicio para el público en general y para grupos especiales y minorías, influenciadas por políticas democráticas, limitadas a las fronteras del territorio y de los intereses nacionales lo que permitió legitimar la intervención gubernamental en el mercado comunicacional, para fines sociales, así como para la continua elaboración y revisión de políticas.

En Estados Unidos, por otra parte, la Ley de Radiodifusión de 1927 considera a las comunicaciones como un servicio público, sin embargo el modelo que se implementa es privado y comercial desde sus inicios.

La expansión privada conllevó a la concentración de determinadas empresas y capitales con una importante tendencia hacia la diversificación de los sectores donde productos y servicios, contenidos y distribución (prensa, radio, televisión) han llevado a la homogenización de contenidos y a que como consecuencia de las fuertes presiones económicas derivadas de los créditos, se convirtiera a la banca en un accionista importante de los medios de comunicación.

El informe de la Commission on the Freedom of the Press en 1947 reconoce la responsabilidad social de la prensa, critica el sensacionalismo y la subordinación a los criterios únicamente comerciales de sus propietarios, propone como parte de sus conclusiones la búsqueda de la autorregulación de los medios que permita brindar disposiciones anti monopólicas, basándose en la premisa del interés público. (Cuilenburg Jan Van y McQuail Denis, 2005).

En América Latina las políticas de comunicación debieron enfrentar los altos costos que significaba su implementación inicial, por lo que se expande con una importante inversión de capital privado y con beneficios por parte del Estado, buscando estimular el sector, según el análisis propuesto por Sel (2010) quien realiza un breve recuento del desarrollo en diferentes décadas.

De tal modo, es posible señalar que en los años veinte se da el auge de la radio, con una concentración en unas pocas empresas y audiencias urbanas, el control del Estado consiste en determinar la titularidad de las licencias según el momento de creación debido al carácter finito del espectro radioeléctrico. Unas décadas posteriores, en los años setenta se observan diversas situaciones como el interés por el estudio de las políticas de medios de comunicación que buscaban entender

el funcionamiento de la estructura de poder planteando el desequilibrio informativo entre las naciones y la dependencia cultural de las agencias internacionales de noticias, invitando a considerar al público más que un simple receptor de información.

También se realizó la Conferencia intergubernamental sobre políticas de comunicación en América Latina y el Caribe, cita que tuvo lugar en San José (Costa Rica) entre el 12 y el 21 de julio de 1976 y de la que resultó la Declaración de San José. En ese escenario se reconoció la concentración geográfica y económica de los medios de comunicación y se planteó como alternativa considerar a los medios de comunicación como un servicio público que permitiera favorecer la producción local, la participación de la sociedad en la producción de contenidos y el reconocimiento del derecho a la información, a su vez se fijaron algunos criterios sobre los contenidos mínimos necesarios para la democratización de las comunicaciones.

Estos análisis surgieron en un contexto de consolidación del sistema televisivo, en su mayoría desde las empresas privadas que competían por ganar audiencias, generando fenómenos como la centralización de la producción en las grandes ciudades, y la dependencia de capital extranjero, la televisión adquirió importante notoriedad porque aumentó el acceso y uso de esta en la población.

Otro informe que se produjo por esta época fue el Informe "Voces Múltiples, Un Solo Mundo", conocido como MacBride, fue un documento (UNESCO 1989) creado con el propósito de analizar las problemáticas de la comunicación a nivel global, las relaciones de poder entre los campos de la comunicación y la democracia, la comunicación de masas y la prensa internacional, para así sugerir un nuevo orden comunicacional tendiente a promover tanto la paz, como el desarrollo humano, es decir, su objetivo fue desarrollar un nuevo equilibrio a nivel global en el ámbito de la información y de la comunicación.

Algunos gobiernos, por su parte, intentaron convertir la televisión y la radio en herramientas para la educación, sobre todo en los años 80, por lo que se le dio el carácter de interés público con algunos elementos culturales y educativos particulares que no tuvieron continuidad en el tiempo.

En esta década también se produjo la masificación de los medios tradicionales como la radio, la prensa y la televisión y la concentración geográfica y económica. Desde diferentes sectores aumentó el interés por regular y limitar la concentración de la propiedad, por fomentar la pluralidad de los medios, el

acceso y la participación de los ciudadanos, bajo la premisa de los derechos a la información y la comunicación. En consonancia con lo anterior, cabe anotar que fue en esta década donde se asumen las dimensiones de lo micro social, de lo local, de lo cotidiano y de lo popular.

En la década de los noventa se fomentó la liberalización de la economía por lo que se esperaba que bajo la lógica de la competencia se corrigieran las fallas presentadas con la concentración del Estado.

En general en Europa, Estados Unidos y en América Latina se desarrolló una mirada de alerta sobre los efectos de la concentración geográfica de los medios de comunicación, las políticas de regulación y auto regulación, las formas de financiación, que inciden en los contenidos y en la pluralidad de la información. En ese sentido, se esperaba que la competencia garantizara la libertad de expresión de los medios de comunicación, por lo que se eliminaron espacios públicos y se minimizó la intervención del Estado.

Sin embargo la fe en el mercado como ente regulador de los medios se deterioró por la concentración de la propiedad de estos, según describe Segobia (2001):

Cuando hablamos de concentración vertical nos referimos a las actividades por las cuales una compañía se expande haciéndose con el control de otras entidades que aseguran su proceso de producción o distribución. (p.33).

Se considera concentración horizontal a los procesos por los cuales una compañía se hace con la propiedad o mayoría de control de otro medio de comunicación perteneciente a un sector diferente del originario de la empresa compradora. (p.38).

Este poder mediático ha trascendido al ámbito político y económico, (Mastrini) observa en la creación de fuertes empresas de tipo mono mediático, es decir, de un mismo servicio de radio o televisión, y que con el paso del tiempo dio paso a la propiedad multimedia o que como conglomerado traspasó las fronteras de lo nacional y pasa a dominio en otros países de la región, como es el caso de Televisa en México, el del Grupo Globo de Brasil y en menor medida el del Grupo Clarín con participación en Uruguay y Paraguay. El caso del Grupo Clarín se desarrolla en detalle en el tercer capítulo.

Por otra parte, los movimientos sociales y de ciudadanos que no pueden participar en los medios de comunicación, quedan supeditados a la escasez de recursos financieros y técnicos para ejercer su derecho a la libertad de información y de comunicación, en especial para aquellos que se encuentran

alejados de los centros urbanos o los interesados en que los medios sean una herramienta para el desarrollo, el ejercicio de la oposición, de la protesta.

Es necesario señalar que en Latinoamérica también se conocieron algunas propuestas en relación con los medios de comunicación como una herramienta para el desarrollo desde el Estado o desde las comunidades, a través de acciones que buscaron llevar la comunicación como una herramienta para promover cambios en poblaciones vulnerables relacionadas con procesos de capacitación que han demostrado en algunos momentos una dimensión estratégica para generar cambios en el orden social y cultural de cara al futuro como proceso individual y colectivo.

Cabe destacar algunos ejemplos que están relacionados con la promoción de políticas de salud y educación impulsadas por el Estado o bien desde movimientos sociales Beltrán (2005) indica como la experiencia de Radio Sutatenza en Colombia donde la radio brindó a los campesinos el apoyo o asistencia frente a problemas básicos mediante la comunicación masiva educativa a fin de fomentar el desarrollo rural; las Radios Mineras de Bolivia que en español y en quechua brindaron a los trabajadores la producción radiofónica de pequeñas y rudimentarias radioemisoras autogestionarias de corto alcance; en Uruguay Mario Kaplún a través del casete foro para las cooperativas de agricultores; en El Salvador Michel Azcueta promovió el uso de periódicos y altavoces, como un sistema integral de comunicación popular; en Brasil la prensa nanica y la red de canales de televisión educativa; en México la Red de apoyo rural televisiva; en Ecuador, Perú, Bolivia, México se crean cadenas de emisoras para la educación.

No obstante lo anterior, es de señalar que los cambios en las tendencias comunicacionales que implicaron la financiación pública o privada llevaron en un momento a plantear desde algunos sectores, como lo aborda Reguero (2010), que:

La libertad de prensa, principio legitimador de los medios de comunicación en las democracias liberales, se ha acabado confundiendo con la libertad de propiedad.

En general puede entenderse que las políticas de comunicación se han desarrollado como una forma de promover la libertad de expresión y a la vez como una forma de libertad de empresa donde en general los ciudadanos se enfrentan a la homogenización de contenidos, y en el caso de lo público estatal el uso de la pauta publicitaria desde los gobiernos puede en algunos casos

promover determinadas agendas e intereses y en casos más extremos directamente la censura o autocensura.

1.3. Libertad de información, de opinión y de expresión.

Debido a las diferentes implicaciones que se han abordado, sobre la relación entre la comunicación y la democracia, para el año 1946 la primera Asamblea General de las Naciones Unidas en la Resolución 39 declaró la libertad de información como un principio de un derecho humano y fundamento de todas las libertades.

En el año de 1948 los Estados miembros de Naciones Unidas aprobaron la Declaración Universal de los Derechos Humanos, es en este momento que se intentó definir, política y quizá jurídicamente, el concepto y el alcance de la libertad de información.

La Organización de las Naciones Unidas (1969) en el Artículo 19 afirma que:

Toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir y difundir informaciones e ideas por cualquier medio y sin límite de fronteras.

En esta declaración se reconocen varios supuestos; el reconocimiento al derecho a estar informado lo que implica la libertad de expresión y opinión dejando en el centro al ciudadano. La libertad de expresión no se restringe a los periodistas sino que se relaciona con el derecho a investigar, recibir y difundir información y opiniones, por lo tanto considera el derecho de las personas a producir su propia información y el derecho a que las personas se mantengan informadas.

El derecho a la libertad de pensamiento y de expresión fue ratificado OAS (1969) en la Convención Americana sobre Derechos Humanos en expresa en el Artículo 13.1, lo siguiente:

Libertad de Pensamiento y de Expresión 1. Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.

Desde la Organización de Estados Americanos se establecen tres dimensiones: buscar, difundir y recibir información.

Respecto al derecho a buscar información se describe que es indispensable el acceso a la información generada en entidades públicas y empresas privadas que manejen fondos públicos, para la democracia ya que promueve y permite la transparencia, así como atacar la corrupción.

Todos los ciudadanos sin distinción, pueden solicitar información vinculada al Estado con excepción de la que tiene por objeto proteger otros derechos, como la intimidad o la seguridad nacional.

El derecho a recibir información contempla el derecho a la diversidad informativa a través de los medios de comunicación que permita formar una opinión propia al ciudadano.

El derecho a difundir información en el cual se destaca la libertad de expresión, no se considera solo como espacio para opinar en los diferentes medios de comunicación, sino que se debe incluir que los diferentes movimientos puedan administrar medios de comunicación, pasando de la pluralidad de dos opiniones expresadas en los medios de comunicación a la posibilidad de crear pluralismo los medios con diferentes expresiones.

Como casos específicos encontramos jurisprudencia sobre la Internacional sobre la Libertad de Expresión de la Corte Interamericana de Derechos Humanos; El fallo sobre la Última Tentación de Cristo en Febrero de 2001, la referencia sobre la Obligatoriedad a Periodistas afirmando que la obligatoriedad de periodistas sobre su profesionalización impide el acceso de cualquier persona al uso pleno de los medios de comunicación social como vehículo para expresarse o para transmitir información, por lo tanto es incompatible con el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, la exigibilidad del Derecho de Rectificación o Respuesta considerado en (Arts. 14.1, 1.1 y 2 Convención Americana Sobre Derechos Humanos) y la Opinión Consultiva del 29 de agosto de 1986 entre otros.

1.4. Convención Americana sobre Derechos Humanos. Pacto de San José, 1969

Los delegados de los Estados Miembros de la Organización de los Estados Americanos OEA (1969) redactaron la Convención Americana sobre Derechos Humanos Pacto de San José, que entró en vigor el 18 de julio de 1978 y que a la fecha cuenta con veinticinco naciones americanas que han ratificado o se han adherido a la Convención como medio de protección de los derechos y libertades, los países miembros a saber: Argentina, Barbados, Bolivia, Brasil, Colombia,

Costa Rica, Chile, Dominica, Ecuador, El Salvador, Granada, Guatemala, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Suriname, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela, Trinidad y Tobago. Es de señalar que esta convención ratificó el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión y creó la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y la Corte Interamericana de Derechos Humanos.

La Comisión Interamericana (CIDH) fue creada en 1959, CIDH por sus siglas en español, tiene como función principal la de promover la observancia y la defensa de los derechos humanos y servir como órgano consultivo de la Organización de Estados Americanos en esta materia.

Por su parte, la Corte Interamericana actúa como un tribunal judicial, con un procedimiento que incluye una parte escrita y otra oral, que termina en un fallo definitivo e inapelable. También tiene un papel importante a través de las denominadas opiniones consultivas en las que fijapautas jurisprudenciales que luego son aplicadas en las sentencias, y que son tenidas en cuenta por los tribunales de los países miembros, conformándose de esta manera una jurisprudencia común en la protección de los Derechos Humanos.

Diferentes pronunciamientos de la Comisión Interamericana (CIDH) y de la Corte Interamericana (CI) coinciden en que la libertad de pensamiento y de expresión son esenciales en una sociedad democrática, al ser indispensables, para la formación de la opinión pública.

Se afirma la necesidad de protección a los profesionales que se dediquen a difundir la información, destacando que los medios deben estar abiertos a todos sin discriminación, la precisa además, pluralidad de los medios y la inadmisibilidad de los monopolios públicos o privados sobre los medios de comunicación social; siendo estos lineamientos algunos obligatorios y otros orientadores en el hacer informativo.

En la jurisprudencia y doctrina regional han reiterado la necesidad de medios de comunicación libres, independientes, pluralistas y diversos, como esenciales para una sociedad democrática. Un ejemplo de su posición se refleja en la Corte Interamericana cuando ratifica en la Opinión Consultiva Nro. 5 la doble dimensión de la libertad de expresión, como derecho individual y como derecho colectivo.

Se considera lesionado este derecho cuando a una persona le es restringido ilegalmente o no se brindan las condiciones para recibir informaciones e ideas o al no tener acceso a los pensamientos expresados por otros.

Implica el derecho de fundar y utilizar los medios de comunicación para ejercer la libertad de expresión en la sociedad, así como la posibilidad de contar con medios libres, plurales e independientes con la capacidad de difundir y acceder a ideas y opiniones que permitan la deliberación de los asuntos públicos y cualificar la formación de la opinión pública.

Por consiguiente las funciones de la libertad de expresión en una sociedad democrática son tres según la CIDH (2010)

Proteger el derecho individual de cada persona a pensar por sí misma y a compartir con otros informaciones y pensamientos propios y ajenos.

El ejercicio pleno del derecho a expresar las propias ideas y opiniones y a circular la información disponible y la posibilidad de deliberar de manera abierta y desinhibida sobre los asuntos.

El control ciudadano sobre la gestión pública y la exigencia de responsabilidad de los funcionarios estatales en consecuencia previene el arraigo de sistemas autoritarios y para facilitar la autodeterminación personal y colectiva

Teniendo en claro lo anterior, el Estado debe garantizar sea a través del legislativo o medidas administrativas prevenir o cambiar situaciones discriminatorias que promuevan que todos los grupos, intervengan en condiciones de igualdad y no discriminación.

1.5. Derecho a comunicar

El Informe MacBride, en el año de 1980 definió el derecho a comunicar como el derecho a estar informado y a buscar libremente informaciones, sin embargo y como se enunció en líneas anteriores, a fines de la década se dio marcha atrás en los principios de este informe y se retomaron los anteriores postulados de la UNESCO, simplemente se retoma para destacar algunos de sus planteamientos. (UNESCO,1980).

Tras analizar que a nivel mundial existía una carencia en la democratización de la información y que tenía como consecuencia la concentración de los medios, situación que implicaba un aumento de la concentración del poder de informar y llevaría a nuevas formas de control que provocarían la desaparición de otros poderes en la sociedad, se promueve la idea de considerar a la comunicación como un derecho fundamental de los ciudadanos y de los grupos sociales.

Al suscitar una comunicación democrática global en la que se respeten las identidades culturales y los derechos individuales de los ciudadanos, se buscaba disminuir los desequilibrios y desigualdades, así como las distorsiones, que se producen en el momento de la difusión de la información.

Este informe tiene como premisas claves el poder de informar y de ser informado, donde la información es un recurso de extrema importancia ligado a la comunicación, la tecnología y la cultura.

Con motivo de la preparación de la Cumbre Mundial para la Sociedad de la Información (CMSI) en 2003 y 2005, se retoman los Derechos de la Comunicación en la Sociedad de la Información.

En este momento el Estado tiene un cambio de rol, es el encargado de garantizar el ejercicio efectivo de la palabra pública. Se considera que el Estado no debe promover la censura sino que debe ser el garante de la comunicación.

El acceso a las nuevas tecnologías ha permitido que el ciudadano cuente con la posibilidad de acceder a su derecho de comunicar, situación que tiene varios efectos sobre otros derechos, como la libertad de expresión y el derecho a la información, que le devuelven la participación directa en la emisión de informaciones públicas y en la toma de decisiones sobre los propios sistemas de comunicación, así como a debatir e influir en quienes toman la decisiones.

Desde la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2011) , se va a proponer el enfoque de la Comunicación para el Desarrollo como un enfoque basado en los derechos humanos, la apropiación nacional, la igualdad de género y la eficacia de las actividades de desarrollo y orientación que pretende responder a las necesidades de información y comunicación de las personas, así como a su empoderamiento en las poblaciones vulnerables para influir sobre las decisiones que afectan sus vidas y tendientes a fomentar su propio bienestar.

Esta propuesta está compuesta por varios elementos que incluyen un sistema de medios de comunicación libre, independiente y pluralista, en el que los medios rindan cuentas a sus audiencias, fomenten el discurso público; promuevan el acceso público a una variedad de medios y de canales de comunicación, un entorno reglamentario propicio, que fomente la concesión de licencias a radioemisoras locales, el acceso universal de bajo costo a los servicios de internet y de telefonía, siendo todos estos, aspectos que permitirían una sociedad abierta en la que los diferentes colectivos puedan participar plenamente en la formulación de procesos y debates sobre desarrollo, para que se logre

establecer un diálogo entre las comunidades y los responsables de la toma de decisiones.

Otros esfuerzos en la actualidad, realizados por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2008) y desde el Consejo intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación PIDC, son la elaboración de los Indicadores del Desarrollo Mediático (IDM), que definen un marco para evaluar la contribución de un sistema de medios a la buena gobernabilidad y a la participación democrática en cinco aspectos centrales del entorno mediático, a saber: el sistema de regulación, la pluralidad y diversidad de los medios de comunicación, los medios de comunicación como plataforma del discurso democrático, la capacitación profesional y la capacidad infraestructural.

El propósito en la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2008) es que tomados en conjunto, estos indicadores proporcionen un panorama mediático que garantice la participación democrática, el pluralismo y la diversidad de los medios. Esta es una estrategia interesante pero aún requiere de importantes esfuerzos, interés y voluntad política para obtener resultados e impacto real.

Un tema sobre el que aún queda mucho por hacer hace referencia a la violación y restricción de la libertad de expresión que puede ejercerse por diferentes actores dadas sus posiciones de poder, como por ejemplo, el gobierno, las empresas de comunicación y la auto censura que puede presentarse en las siguientes situaciones: los gobiernos amenazan a periodistas o comunicadores, se generaliza el cierre de medios, se aplica la discrecionalidad como premio o castigo para otorgar publicidad del Estado, se aplican restricciones frente a los insumos, o las concesiones de las frecuencias, se limita el acceso a la información pública y se permite el monopolio de los medios.

Considerando al espectro como patrimonio de la Humanidad, hecho que lo convierte en un bien público que los Estados administran, se espera que los Estados distribuyan las frecuencias a través de un órgano regulador que parta de la libertad de expresión y la diversidad cultural como criterio para dividir las frecuencias, teniendo en cuenta los alcances geográficos y los sectores públicos, privados y comunitarios como respuesta al carácter finito del espectro radioeléctrico en el que se encuentra el conjunto. (Reguero, 2014)

Por otra parte se han dado importantes acciones desde los movimientos sociales en el ámbito europeo como la campaña Media Initiative, impulsada en febrero de 2013 por un conjunto de asociaciones, instituciones y personas a título individual que exigen una legislación efectiva que evite la concentración de la propiedad de los medios, la independencia de los organismos de regulación, sistemas claros de monitoreo periódico sobre la calidad y la independencia de los medios respecto de los gobiernos, entre otros.

En Argentina desde la Coalición para una Radiodifusión Democrática se plantearon 21 puntos básicos para el derecho a la comunicación como base conceptual de lo que años más tarde se convertiría en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual No. 26.522, sancionada el 10 de octubre del 2009.

Los 1 puntos básicos son:

1. Toda persona tiene derecho a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura previa, a través de la radio y la televisión, en el marco del respeto al Estado de derecho democrático y los derechos humanos.
2. La radiodifusión es una forma de ejercicio del derecho a la información y la cultura y no un simple negocio comercial. La radiodifusión es un servicio de carácter esencial para el desarrollo social, cultural y educativo de la población, por el que se ejerce el derecho a la información.
3. Se garantizará la independencia de los medios de comunicación. La ley deberá impedir cualquier forma de presión, ventajas o castigos a los comunicadores o empresas o instituciones prestadoras en función de sus opiniones, línea informativa o editorial, en el marco del respeto al estado de derecho democrático y los derechos humanos. También estará prohibida por ley la asignación arbitraria o discriminatoria de publicidad oficial, créditos oficiales o prebendas.
4. Las frecuencias radioeléctricas no deben transferirse, venderse ni subastarse. Nadie debe apropiarse de las frecuencias. Las frecuencias radioeléctricas pertenecen a la comunidad, son patrimonio común de la humanidad, y están sujetas por su naturaleza y principios a las legislaciones nacionales así como a tratados internacionales. Deben ser administradas por el Estado con criterios democráticos y adjudicadas por períodos de tiempo determinado a quienes ofrezcan prestar un mejor

servicio. La renovación de las licencias estará sujeta a audiencia pública vinculante.

5. La promoción de la diversidad y el pluralismo debe ser el objetivo primordial de la reglamentación de la radiodifusión. El Estado tiene el derecho y el deber de ejercer su rol soberano que garanticen la diversidad cultural y pluralismo comunicacional. Eso implica igualdad de género e igualdad de oportunidades para el acceso y participación de todos los sectores de la sociedad a la titularidad y gestión de los servicios de radiodifusión.

6. Si unos pocos controlan la información no es posible la democracia. Deben adoptarse políticas efectivas para evitar la concentración de la propiedad de los medios de comunicación. La propiedad y control de los servicios de radiodifusión deben estar sujetos a normas antimonopólicas por cuanto los monopolios y oligopolios conspiran contra la democracia, al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la cultura y a la información de los ciudadanos.

7. El público tendrá derecho a acceder a una información plural, así como a la diversidad cultural. Para ello se deberá garantizar la indemnidad intelectual y estética de los trabajadores de la comunicación y de todos aquellos que participan en la producción de bienes culturales.

8. En los casos de una integración vertical u horizontal de actividades ligadas, o no, a la comunicación social, se deberán establecer regulaciones que promuevan el pluralismo, respeten las incumbencias profesionales y derechos intelectuales de los artistas y demás trabajadores de la comunicación y el espectáculo.

9. Deberá mantenerse un registro público y abierto de licencias. El registro deberá contener los datos que identifiquen fehacientemente a los titulares de cada licencia, y los integrantes de sus órganos de administración además de las condiciones bajo las cuales fue asignada la frecuencia. Las localizaciones radioeléctricas no previstas en los planes técnicos deberán ser puestas en disponibilidad a pedido de parte con la sola demostración de su viabilidad técnica.

10. No podrán ser titulares de licencias de servicios de radiodifusión ni integrantes de sus órganos directivos, quienes ocupen cargos electivos oficiales nacionales, provinciales o municipales, funcionarios públicos de

los distintos poderes, miembros de las Fuerzas Armadas y de seguridad, como así tampoco aquellos que hayan tenido participación comprometida con violaciones a los derechos humanos.

11. Existen tres tipos de prestadores de servicios de radiodifusión: públicos, comerciales y comunitarios de organizaciones de la Sociedad Civil sin fines de lucro. Quedará prohibido todo tipo de discriminación o cercenamiento a causa de la naturaleza jurídica de la organización propietaria, en cuanto a potencia, cantidad de frecuencias disponibles o limitaciones a los contenidos. Todos los servicios de radiodifusión podrán contratar publicidad en igualdad de condiciones, ya que así se respetan los derechos humanos económicos, sociales y culturales.

12. Los medios estatales deberán ser públicos y no gubernamentales. Deberán proveer una amplia variedad de programación informativa, educativa, cultural, de ficción y de entretenimiento garantizando la participación ciudadana y la atención a las necesidades de la población. En todas las regiones del país se destinará una frecuencia a la recepción gratuita del canal de TV pública nacional

y de Radio Nacional; y de igual forma se reservará al menos una frecuencia para una radio y una emisora de TV provincial y una emisora de FM municipal . Los servicios de la radiodifusión universitaria constituyen un sistema público de gestión autónoma y se reservará no menos de una frecuencia de radiodifusión a cada una de las Universidades públicas nacionales.

13. Los planes técnicos deberán reservar al menos el 33% de frecuencias, en todas las bandas, para entidades sin fines de lucro. En estos casos tendrá que prevalecer como criterio de asignación de frecuencias el plan de servicios y la inserción de las entidades en su comunidad.

14. La ley establecerá cuotas que garanticen la difusión sonora y audiovisual de contenidos de producción local, nacional y propia. Esto implica producción realizada por actores, músicos, directores, periodistas, artistas, investigadores y técnicos argentinos, y reglamentará la obligación de inversión en producción propia y en la compra de derecho de antena de películas nacionales.

15. La explotación de los servicios de radiodifusión es indelegable y debe ser prestada por el propio titular de la licencia.

16. Las repetidoras y cadenas deben ser una excepción a la regla de modo tal de priorizar el pluralismo y la producción propia y local, salvo para las emisoras estatales de servicio público o la emisión de acontecimientos de carácter excepcional.

17. La publicidad sonora y audiovisual será de total producción nacional y deberá siempre diferenciarse de los contenidos de la programación, no estará incluida en esta, se difundirá en tandas claramente identificadas al inicio y al final por la señal distintiva del medio y no inducirá a estafas y engaños a la comunidad.

18. Los sistemas de distribución de señales deberán incluir en su grilla de canales las emisoras de TV de aire de la localidad, el canal público nacional y un canal con producción informativa local y propia.

19. La autoridad de aplicación deberá respetar en su constitución el sistema federal y estará integrada además por organizaciones de la sociedad civil no licenciatarias y por representantes de las entidades representativas de los trabajadores de los medios y de las artes audiovisuales.

20. Se creará la figura de la ~~%~~Defensoría del público+, con delegaciones en las provincias, que recibirá y canalizará las inquietudes de los habitantes de la Nación. Deberá incluirse un capítulo que garantice los derechos del público. Estos podrán ser ejercidos directamente por los habitantes de la Nación o a través de la defensoría del público.

21. En la nueva ley se deberá contemplar la normalización de los servicios de radiodifusión atendiendo a las necesidades de aquellos impedidos de acceder a una licencia por las exclusiones históricas de la ley 22.285 y la administración arbitraria de las frecuencias por parte del Estado nacional.

2. Capítulo 2

2.1. LOS POPULISMOS HISTÓRICOS A LOS NUEVOS POPULISMOS

Cada vez toma más fuerza para la sociedad civil reconocer el papel que ejercen de los medios de comunicación y su influencia en la formación de opinión. Existen restricciones en el acceso a la información y a la comunicación sobre temas de interés público, con lo cual, los ciudadanos se ven reducidos a espectadores sin mayor capacidad de incidencia para movilizar a la opinión pública y al poder político en pro de sus demandas, es decir, no logran movilizar una agenda informativa como sí ocurre con los medios de comunicación, salvo en el caso de las protestas masivas que generan un impacto considerable, como muestran por ejemplo, los diferentes episodios acaecidos en 2013, en Chile y Brasil las movilizaciones de jóvenes; en Argentina, principalmente, sectores de las clases medias; y, en Colombia, el paro de los campesinos, sólo por citar las más emblemáticas del tiempo reciente. El papel de las nuevas tecnologías ha sido clave para articular y organizar las movilizaciones a través de las redes sociales con un gran impacto en la opinión pública.

De otra parte, es evidente la lógica de mercado que se impuso sobre derechos humanos fundamentales como el de la comunicación e información, en parte porque son mínimas y de difícil aplicación las medidas que buscan la regulación o auto regulación sobre el carácter social de los medios de comunicación. En ese sentido, quienes detentan la propiedad de los medios de comunicación definen sus contenidos, acorde muchas veces, a intereses políticos y/o económicos, establecen alianzas con el poder de turno y no permiten, ni se interesan por la participación de las audiencias en la generación de contenidos.

América Latina vista en su conjunto es una región atravesada por asimetrías sociales, políticas y económicas, con matices en cuanto a la cultura política y construcción de ciudadanía, refleja además, antagonismos entre diferentes sectores y a diferentes niveles, marcada transversalmente por la fuerte desigualdad y la elevada pobreza estructural de sus sociedades, cuenta también, con sistemas políticos de tipo presidencialista, en algunos casos al tratarse de un presidencialismo excesivo pero no por la institución en sí misma, sino por el líder de notable carisma que termina cooptando los demás poderes del Estado valiéndose del favor y en ocasiones fervor popular mayoritario, sobre el que asentó su poder. La confluencia de estos factores ha coadyuvado a que desde la conformación de los Estados y hasta el día de hoy, tengan arraigo notables

personalismos políticos y expresiones caudillistas, autoritarias, mesiánicas y populistas.

En este contexto es de gran importancia presentar algunas consideraciones sobre el populismo y sus características, así como algunos de los debates que respecto al concepto se han dado, en la medida que ha acompañado el devenir político de la región en diferentes momentos a través de líderes que combinando aceptación y respaldo popular y desde sus prácticas políticas, métodos y procedimientos en el hacer político y que según el momento histórico han recibido el calificativo de populista durante el siglo XX o neopopulista en el siglo XXI.

CUADRO 1: CARACTERÍSTICAS DEL POPULISMO

Autor	Definición	Elementos propios del autor	Elementos compartidos entre autores
Conniff (1999; 2003)	Movimiento político	Agenda reformista ("cambio y mejora"). Retórica: necesidad de cambiar el Estado, orgullo nacional, soberanía popular.	(i) Líder carismático al que se le atribuyen características excepcionales. (ii) Relación directa líder-electorado. (iii) Dependencia de la movilización de amplios segmentos de la población (masas). (iv) Relación ambigua con la democracia: apela al voto y rechaza intermediación de instituciones representativas.
De la Torre (2001; 2010)	Estilo de movilización	Movimiento compuesto por distintas agrupaciones de élites emergentes. Retórica: promueve acción en nombre del líder.	(v) Retórica maniquea que apela al "pueblo" y resalta el conflicto "friend Vs foe".
Freidenberg (2007)	Estilo de liderazgo	Movilización desde arriba hacia abajo.	(vi) Voto y movilización pública como medio de legitimación.
Weyland (2001; 2004)	Estrategia política	Derechos políticos limitados	(vii) Prácticas clientelares y de patronazgo.

(Cisneros, 2012)

Un acercamiento inicial al término de populismo permite destacar que alude más a una cuestión de rasgos y características, como se refleja en la tabla. Los diferentes autores que se han ocupado del tema coinciden en la dificultad de establecer una definición única del concepto como tal. La otra cuestión sobre la que es pertinente referirse es que el populismo es transversal a las ideologías, no es atributo de una en particular. El concepto es controvertido, se asocia al liderazgo carismático, al énfasis marcado en el nacionalismo y en la patria, al desarrollismo, reformismo, movimientos de masas, partidos políticos e incluso a ideologías, discursos y modos de interpelación.

Stanley (2000) realiza un análisis partiendo de diferentes autores que se mencionan a continuación para permitir una mirada más amplia del concepto que describe como un fenómeno fundamental para la comprensión de la realidad latinoamericana y que considera el nacionalismo económico, el antiimperialismo, la industrialización, la urbanización, las migraciones internas, la emancipación económica o, políticas externas más autónomas.

Stanley afirma que el populismo en América Latina es una etapa que representa un cambio de los valores políticos, culturales, religiosos, compartidos por los trabajadores, quienes cambiaron y fueron sustituidos por otros inherentes al medio urbano industrial. El populismo es una forma de gobernar sin que necesariamente exista un vínculo entre una posición política en particular, pero en el que se cuenta con un líder carismático que busca o es percibido como parte del pueblo, como el defensor contra los intereses de las corporaciones y las clases altas.

Roberts (2008) propone como característica del populismo tener un patrón paternalista y personalista, una coalición política policlasista, heterogénea, concentrada en los sectores subalternos de la sociedad, un proceso de movilización política de arriba hacia abajo, con vínculos más directos entre el líder y las masas, un proyecto económico que utiliza métodos redistributivos o clientelistas altamente difundidos con el fin de crear una base material para el apoyo del sector popular. Estos líderes se mantienen en el poder gracias a su popularidad, y por esto se hace necesario para ellos implementar políticas que los favorezcan.

Ianni (1975) en *La formación del Estado populista en América Latina*, señala que el populismo surge como respuesta a la crisis de las oligarquías liberales y forma parte del proceso de constitución de las relaciones de producción específicamente capitalistas en los países de la región, dado que el Estado oligárquico combinaba un liberalismo en las relaciones externas con un paternalismo en las relaciones sociales internas. Surge de las crisis económicas y políticas del capitalismo mundial, como la Primera Guerra Mundial, la Gran Depresión en 1929 y la Segunda Guerra Mundial, convirtiéndose en una respuesta a las crisis del sistema y de las oligarquías latinoamericanas, que son desplazadas a través de procesos populistas de su posición hegemónica. Es en este proceso que se crean plenamente las relaciones de clases dentro de las naciones de América Latina.

De manera general se encuentran dos definiciones amplias, la primera considera al populismo como movimiento político que se basa en la retórica para movilizar

masas con contenido emocional y auto afirmativo, centrado en el concepto de pueblo depositario de las virtudes de la justicia y estrechamente vinculado a un líder carismático que garantiza el cumplimiento de las demandas. La segunda tendencia se orienta a considerar al populismo como una consecuencia de la política latinoamericana urbana, basada en coaliciones y jerarquías.

En ese sentido se encuentra la mirada que hace Laclau (2006) sobre este fenómeno. Laclau considera al populismo como un fenómeno que debe entenderse como lógica política, que constituye lo político, desde donde se hace una reafirmación de lo estatal, considerando la categoría de demandas sociales que articulan al pueblo con el poder, en especial las masas urbanas cercanas al poder. Así mismo, crea una dicotomía desde donde los actores se ubican a un lado u otro del poder, en el que el líder aglutina el movimiento y se articulan las demandas que convierten lo político en lo popular, enfoque que surge del concepto de clase y que considera al populismo como un movimiento o coalición entre varias clases.

Otra de las lecturas se establecen desde el análisis histórico y estructural donde el populismo se considera un proyecto con políticas específicas, predominante en América Latina entre las décadas de 1930 y 1960 bajo el modelo de sustitución de importaciones, donde se vinculan dos procesos: el proteccionismo y el intervencionismo de Estado; así como la politización de los conflictos en su mayoría ligados a intereses y pugnas de clase.

Para el presente documento se entenderá como populismo la caracterización ofrecida por Freidenberg (2007) que enfoca su definición del término a partir de la relación entre el líder y sus seguidores, es decir, el populismo es un estilo de liderazgo caracterizado por la existencia de una relación directa, carismática, personalista y paternalista entre líder y seguidor, en la cual no se reconocen mediaciones organizativas o institucionales, donde el líder se reconoce como emisario y defensor del pueblo frente a sus enemigos y los seguidores están convencidos de que tiene cualidades excepcionales que lo facultan para que los represente. A lo anterior se suman los métodos redistributivos y los intercambios clientelares. Ese estilo de liderazgo implica que las decisiones estarán centralizadas y fluirán desde arriba hacia abajo.

En ese sentido o mejor aún a partir de esas características se aborda el populismo como estilo y forma de gobiernos y de gobernantes en su relación con los medios de comunicación. Nótese que estos rasgos son asumidos por los gobernantes sin discriminar su inclinación o tendencia ideológica, el estilo y las

formas son ampliamente compartidas, claro está, cada uno le imprime su marca personal, pero también el contexto de cada país, por eso se considera oportuno ofrecer una mirada por países para reafirmar estas tendencias en el hacer político.

2.2. Populismos históricos y su relación con los medios de comunicación

Como se mencionó al final del apartado anterior es pertinente presentar algunos casos desde su dinámica espacial y temporal que permitan entender el acaecer político e histórico de la región según las aproximaciones teóricas abordadas sobre el concepto del populismo, lo que permitirá un panorama más completo en la comprensión y la transición política pero también conceptual hasta llegar a lo que hoy se conoce como neopopulismos y su relación con los medios de comunicación.

2.2.1. Brasil 1930-1954

Getúlio Dornelles Vargas político brasileño, cuatro veces presidente de la República, asume el poder en Brasil en el período de 1930 a 1954. A partir de 1930 plantea el cambio en la política económica como respuesta a la crisis de 1929 del modelo agro-exportador, que le significó al país la crisis cafetera, buscó el fomento de la economía interna, elevó los aranceles de los productos importados, amplió la industria para la producción de insumos que antes importaba el país permiten reconocer similitud en su propuesta.

Permaneció durante cuatro años como jefe de un gobierno provisional y, después de la promulgación de la Constitución de 1934, resulta elegido por la Asamblea Nacional como presidente de la Segunda República Brasileña por un período de mandato de cuatro años.

En 1937, Getúlio Dornelles Vargas se proclama dirigente del llamado "Estado Novo" de carácter corporativista y, permanece en el poder hasta 1945, fecha en que fue derrocado por un golpe de Estado.

En su gobierno se plantea un conflicto con el sector cafetero, clase económica y política tradicional de Brasil, debido a que plantea como estrategias acabar el regionalismo y promover el nacionalismo.

La política de industrialización tiene una importante aceptación en la clase media y logra conciliar los intereses de los cafeteros con la nueva clase burguesa que surge de la industrialización.

En esta fase promueve una legislación que comprende asistencia médica, pensiones y salario mínimo dirigido a la clase trabajadora, se organizan los sindicatos desde el Ministerio del Trabajo, política que tenía como objetivo principal una política de paz social, tendiente a fomentar la colaboración entre las clases. De este modo, los trabajadores podían experimentar la fusión de compartir con la burguesía la responsabilidad de la orientación política del país. (ENTRENA,1996).

Creó el Partido Trabalhista basado en la coalición de los sindicatos con un programa sustentado en políticas de industrialización, nacionalismo económico y seguridad social realizando la difusión de las mismas a través de los programas radiofónicos.

Proclamó como objetivos el saneamiento del sistema electoral, la lucha contra el desorden, la regeneración de la vida política y buscó el control de las masas a partir de beneficios sociales.

En 1951, después de haber resultado vencedor en unas elecciones democráticas celebradas en el año anterior, Vargas accedió de nuevo a la presidencia y se mantuvo en ella hasta su suicidio en agosto de 1954.

Fraiman (2009) afirma que en Brasil antes del gobierno del presidente Getúlio Dornelles Vargas la subvención directa a la prensa, era una práctica usual del Estado como principal proveedor de pauta publicitaria en el país. Este gobierno promovió la creación de agencias de publicidad que prestaban diferentes servicios a los anunciantes, estos incluían, estudios de mercado, la elaboración de publicidad, redacción, ilustración, y medios gráficos en la Radio, la Televisión y el cine. Estas agencias trabajaban con los medios distribuyendo la publicidad entre los periódicos como intermediarios, con los medios más grandes lo que expandía y facilitaba la concentración de medios.

Se ejercieron diferentes formas de intervención sobre los medios de comunicación, se estableció un sistema de premios con papel subvencionado y facilidades económicas para aquellos periodistas y medios que siguieran las orientaciones generales del gobierno, por el contrario los diarios opositores se enfrentaron a la restricción sistemática y la falta de financiamiento en todas sus

formas, restringiendo la pauta de publicidad, el control del papel y la discrecionalidad en los préstamos.

Todos los servicios de publicidad y propaganda pasaron a manos del Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) cuya principal misión consistía en registrar, reorganizar y legalizar la situación administrativa de la actividad periodística en Brasil, este organismo mantenía contacto directo con el Presidente y buscaba promocionar las actividades del gobierno y la figura presidencial, los logros laboristas del gobierno estimulando, divulgando y premiando producciones nacionales, etc.

Las directrices del Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) incluían la divulgación a la opinión pública de la doctrina del gobierno, el control de los programas radiales con la intención de centrar la emisión de contenidos nacionales por sobre los extranjeros, y la reglamentación respecto a los contenidos y al lenguaje en el teatro y el cine, buscando exaltar una visión nacional, la cuarta división se ocupaba del turismo, y consistía básicamente en promocionar a Brasil como una oferta turística en el exterior. (Fraiman, 2009).

En 1940 se produce la intervención más fuerte en dos periódicos y con el accionar de la policía, se suspende la publicación tanto de A Noite e A Manhã, como de O Estado de São Paulo. En 1941 se prohíben más de 60 publicaciones en lengua extranjera. (Capelato, Prado, 1980).

De otra parte, en el cine brasileño especialmente entre los años 1949 y 1953 en el marco del proteccionismo industrial, se dio un importante impulso a los largometrajes y se produjo el surgimiento de la música como referente de lo negro y lo campesino.

2.2.2. México 1934-1940

En el gobierno de Lázaro Cárdenas del Río que gobernó entre 1934 y 1940 en México y promovió una intensa reforma agraria y disposiciones nacionalizadoras de los sectores económico-productivos básicos, llega al poder político nacional, tras la crisis económica mundial y las divisiones surgidas por la guerra civil que fragmentó el poder entre civiles, militares, y la burguesía, el presidente Lázaro Cárdenas del Río se presentó como continuador de la revolución que logró forjar una alianza entre el aparato del Estado y el sistema sindical, al impulsar la participación de amplios sectores populares, incluyendo la negociación de los derechos de obreros y campesinos.

En el periodo presidencial de Lázaro Cárdenas del Río se incluyó la prensa, el cine y la radio como herramientas indispensables de gobierno para la formación

del consenso popular, se consideró importante la incorporación de los medios de comunicación, como instrumentos de Estado para la movilización social en lo relativo a la formación y la cultura.

Se buscó el control de los medios al usar la subvención directa por parte del Estado con la asignación de la pauta publicitaria que buscaba beneficiar los medios que no criticaban al gobierno, y castigar a los opositores ejerciendo presión económica y burocrática al negar apoyos financieros estatales, también se usó el apoyo financiero para fundar o rescatar empresas informativas, negando o aprobando créditos preferenciales, comodatos de inmuebles, donaciones, estímulos fiscales.

Respecto a la radio, la televisión y el cine se centran en difundir el proyecto político del gobierno desde la óptica nacionalista, la tradición, el patriotismo y la invitación sobre la participación de todos los sectores sociales.

En general al realizar el abordaje de estos gobiernos se traduce en una serie de medidas que permitieron ampliar la incidencia del Estado y del líder, desde los medios de comunicación para resaltar el liderazgo carismático lo cual le significa para el análisis el carácter populista de su ejercicio de gobierno y la generación de una necesidad de su control.

2.2.3. Argentina 1946-1955 / 1973-1974

Al ser Argentina el escenario de mayor interés para este trabajo, es de suma importancia referirse al líder populista más importante y emblemático que ha tenido el país, el General Juan Domingo Perón quien presidió su país entre 1946 y 1955, y de nuevo en 1973 hasta su muerte en 1974, convirtiéndose en un símbolo nacional de la Argentina. Juan Domingo Perón fue elegido presidente de la República en 1946, permaneció en el poder hasta 1955, fecha en que la oposición de la Iglesia y de las fuerzas armadas desembocó en un descontento general que le llevó a renunciar. Tras dieciocho años de exilio retornó a su país y fue elegido presidente de la República en 1973.

En los tres gobiernos de Perón se buscó fomentar las ideas nacionalistas, bajo la cohesión de los obreros, empresarios orientados hacia el desarrollo y el bienestar social, lo anterior fomentó la industria nacional, la clase obrera, con el crecimiento de los gremios sindicales laboristas y programas que buscaban el acceso de trabajadores a viviendas propias.

Buscó como política la conciliación de los intereses del movimiento obrero con los del capital, en especial con el peronismo de la primera etapa. Juan Domingo Perón tuvo la habilidad de aglutinar en torno a él a un amplio espectro de grupos sociales, entre los que se encontraban incluso sectores de la extrema derecha nacionalista con el anhelo de un capitalismo nacional autóctono.

También logró el reconocimiento del derecho al voto por parte de las mujeres, durante su primer gobierno, a quienes las integró a la actividad y a la vida política.

El General Perón en relación con los medios de comunicación buscó la nacionalización y la centralización de la información que circulaba en el ámbito público.

Se ejerció control sobre la prensa con la restricción del papel, se impusieron fuertes reglamentaciones internas con respecto a la venta callejera, a la distribución y utilización del papel. Esa política se vio reforzada al adquirir importantes paquetes accionarios o compra del diario o la revista, o por la clausura de varios periódicos de diferentes orígenes ideológicos.

Durante el peronismo se creó la Subsecretaría de Informaciones que contaba con un cuerpo de delegados distribuidos en todas las provincias el cual se encargaba de realizar inspecciones, denunciar a ministros o secretarios ineficaces y de elaborar informes acerca de la actividad de políticos opositores, militantes peronistas, activistas gremiales. Analizaban minuciosamente también las publicaciones, sus contenidos y el posible impacto en los lectores. (Fraiman, 2009).

Por otra parte, en este periodo se dio un impulso económico al cine, abordando temáticas como el tango bajo una mirada del espectáculo, dirigido básicamente a un público de clase media. Durante este periodo se obligaba a exhibir en las salas películas nacionales y se limitaba la emisión de películas extranjeras, provocando el auge de la producción local aunque con limitaciones en la comercialización, en los contenidos estéticos, ideológicos, culturales y en la renovación de los planteles técnicos ya que no se realizaron inversiones importantes en infraestructuras lo que tuvo como consecuencia la dependencia de la financiación gubernamental y la realización de proyectos a corto plazo. (Fraiman, 2009).

Al igual que el cine de la época, el radioteatro se inspira en personajes fuertemente estereotipados y una despolitización de los conflictos. El peronismo se trabajó con la imagen en cuanto a temas y figuras para visualizar las acciones y objetivos del Estado.

También ideas como la justicia social o la tercera posición fueron frecuentes para mostrar las políticas del Estado que benefician fundamentalmente al trabajador obrero, a las mujeres trabajadoras, a las amas de casas y a los niños. Un documento en el que refleja, sintetiza y expone sus concepciones políticas es el que formuló Perón en 1950, conocido como las veinte verdades del justicialismo, donde aparecen las claves del populismo peronista, el papel que asigna al pueblo y a la patria, el nacionalismo, así como el rol paternalista del Movimiento Peronista, la superación de la lucha de clases y la búsqueda e interés por la justicia social. (Malamud, 2003).

Es pertinente entender el alcance e influencia de Perón ya no sólo desde la reivindicación de lo nacional y de lo popular, también hay que hacerlo desde su cercanía con los dictadores de la época, en América Latina y en Europa, y cómo todo esto va a influir y a impactar a la sociedad y al devenir político, histórico, económico y cultural del país. El fenómeno del peronismo que necesariamente es populista no responde a una ideología, es un vasto movimiento que reúne diferentes tendencias ideológicas de un extremo al otro del espectro político, incluso reconocido por el mismo Perón.

El peronismo puede describirse como un movimiento transformista, es decir, que se transforma acorde a las circunstancias cohesionado a partir de un elemento común: la apetencia hegemónica por conservar el poder bajo el pretexto de que es el gran movimiento inclusivo que abarca toda la Nación y en ese orden de ideas lo que queda afuera pasa a ser la "antipatria", esto es, el peronismo se configuró en el país como una estructura clientelista que combinada con el oportunismo se ha servido para acceder y garantizar la permanencia en el poder, de ahí que lo que es de difícil asimilación a la mirada externa, hace parte del hacer político argentino, reuniendo en sus filas a conservadores, comunistas, trotskistas, desarrollistas y otras corrientes de pensamiento, puede resumirse en un atajo que hace un uso faccioso del Estado y de sus recursos para obtener y retener el poder. (Laria, 2013).

La problemática que plantea el peronismo y desafía constantemente al orden democrático se configuró desde su emergencia misma, en la medida que nació desde el poder y para el poder, a cargo de un militar que descreía del sistema de partidos, del constitucionalismo liberal y de las vallas institucionales a las aspiraciones hegemónicas del Ejecutivo, en ese sentido, lo que se ha producido es una mutación circunstancial según el líder de turno, pero persiste la lógica del movimiento jerárquico y verticalista con intenciones hegemónicas anclado en los años cincuenta. (López Götting, 2013).

Brasil, México y Argentina presentan para el periodo analizado características generales donde el poder es fuertemente centralizado, nacionalista frente a su imagen, involucra un enfrentamiento de la sociedad agraria tradicional con la industria, esto último permite el ascenso de los liderazgos característicos de los populismos, que posibilitan la articulación de un proyecto de Estado-nación capaz de aglutinar a una gran diversidad de intereses y de tendencias, que requieren de la movilización de las masas en la cual juegan un papel importante los medios de comunicación.

Así mismo se produce una importante migración de población urbana recién llegada de las zonas rurales que experimenta el gran cambio que supone pasar de la vida rural a la urbana y que conlleva a promover una revolución de sus expectativas, en la educación, los derechos de los trabajadores y la ampliación de los medios de comunicación.

Durante los gobiernos denominados populistas, el periodismo opositor fue ejercido generalmente desde la prensa gráfica, identificada con terratenientes locales con lazos económicos con Gran Bretaña y los Estados Unidos, y que habían obtenido importantes beneficios del modelo agroexportador.

El perfil industrialista le significó al populismo un marco económico posibilitador de desarrollo vertiginoso de los medios audiovisuales y la concentración urbana llevó a su masificación. La intervención del Estado contribuyó económicamente a la producción, desde el cine, del concepto general de nación, del pueblo trabajador, que constituía justamente su principal fuente de inspiración y sustento político del gobierno.

Los medios de comunicación permitieron resaltar el liderazgo carismático que propone el populismo, adicional a la creación de producciones que buscaron crear conciencia de los logros sociales y políticos del gobierno.

El cine y la radio permiten a las poblaciones experiencias comunes como la migración, la integración a la ciudad, desde un público constituido por pequeñas clases medias nuevas.

El populismo promueve la formación de los primeros partidos políticos, sindicatos y movimientos sociales que permiten la reivindicación diferentes sectores también se utilizó la represión del Estado para coaccionar y fortalecer el carácter autoritario de los diferentes exponentes del populismo en la región.

Otros gobiernos considerados populistas, a saber: Víctor Paz Estensoro (1952-56/1960-64) y Hernán Siles Suazo (1956-60) en Bolivia; y, José María Velasco Ibarra (1934-35/1944-47/1952-56/1956-61/1968-72) en Ecuador.

2.3. El debate y las posiciones sobre neopopulismos y nuevos populismos

América Latina es una región heterogénea y no es posible generalizar, cómo se enunció al inicio del documento. Es pertinente, entonces, establecer algunas tendencias que permitan entender su coyuntura política. En la actualidad y a partir de la observación a los diferentes países que integran la región, se reconocen tres grandes tendencias políticas con sus respectivos matices y particularidades, en los lineamientos políticos y económicos que adopta cada país, es decir, fue posible hacer algunas inferencias lógicas a partir del seguimiento de prensa, los discursos presidenciales, el manejo político y económico y la relación de algunos mandatarios con los medios de comunicación en sus respectivos países. Lo que interesa a este trabajo no es plantear una disertación teórica frente a los modelos adoptados en la región sino reconocer las tendencias que sirvan para contextualizar, comparar y entender en una mejor medida lo que ocurre en Argentina.

Atendiendo a lo anterior, las tendencias predominantes en América Latina son: la centroderecha, que en realidad puede ir más a la derecha que al centro según cada país; centroizquierda; y, socialismo del siglo XXI, entendido como la corriente que siguen los países de tendencia nacionalista y populista. Es decir, no son equiparables, Dilma Rousseff y Pepe Mujica, que representan posiciones de centro izquierda con un accionar pragmático en la conducción del país en lo político y en lo económico, que abrazan un discurso moderado que no apunta a la ruptura y tampoco pretende cooptar las instituciones del Estado, sino que reconocen en el fortalecimiento institucional, parte de las condiciones básicas para la consolidación democrática de sus países. En contraposición se encuentran los estilos relacionados con el socialismo del siglo XXI, a saber: Cristina Fernández de Kirchner, Rafael Correa, Evo Morales, Nicolás Maduro, herederos del estilo impuesto por el fallecido Hugo Chávez, el factor común es que apelan a un discurso de ruptura con el orden establecido amparados en la legitimidad de origen que les otorga el sistema pero que una vez llegan al poder quieren cambiar, paradójicamente, es ese sistema el que hizo posible que accedieran al poder a través de la elección popular.

En ese sentido es posible plantear una clasificación de las corrientes político e ideológicas que dominan en América Latina aproxima en el caso de Centro y Norteamérica que los gobiernos son mayoritariamente de derecha: de un lado el PRI de Enrique Peña Nieto en México; Otto Pérez Molina en Guatemala; Porfirio Lobo en Honduras; Laura Chinchilla en Costa Rica; Ricardo Martinelli en Panamá; y, Danilo Medina en la República Dominicana. Con las excepciones de: Mauricio Funes en El Salvador, un ejecutivo de centroizquierda democrático y reformista; y, Daniel Ortega en Nicaragua.

Por su parte Sudamérica cuenta con tres gobiernos de tendencia a la derecha: el de Juan Manuel Santos en Colombia; Horacio Cartes en Paraguay; y, Sebastián Piñera en Chile. En tanto que, los gobiernos de Ollanta Humala en Perú, Dilma Rousseff en Brasil y José Mujica en Uruguay responden a una orientación de centroizquierda, los dos últimos, Brasil y Uruguay, no son gobiernos populistas, son institucionalmente más sólidos, con partidos políticos sólidos y como se dijo en líneas anteriores con un manejo político y económico pragmático, pero que no deja de lado el componente de reivindicación social. Finalmente, cuatro gobernantes y sus respectivos países podrían clasificarse en la dirección del nuevo populismo encarnado por el socialismo del siglo XXI, a saber: Daniel Ortega en Nicaragua, Nicolás Maduro en Venezuela, Rafael Correa en Ecuador, Evo Morales en Bolivia y pese a la dificultad de clasificar a Cristina Kirchner en Argentina, sería en este escenario en el que más se identifica su particular estilo de gobierno. (Nuñez, 2013).

Atendiendo a lo anterior, la izquierda representada en el socialismo del siglo XXI, no podría leerse en estricto sentido como izquierda progresista aun cuando así se ha querido mostrar, el accionar de sus gobernantes no se corresponde con el término progresista en su extensa dimensión, estos gobernantes presentan rasgos de ~~autoritarismo~~ autoritarismo competitivo, que Steven Levitsky precisa del siguiente modo:

El autoritarismo competitivo ha surgido con fuerza en los países andinos. El caso más notorio de los últimos años es Venezuela. Electo democráticamente, Hugo Chávez utilizó mecanismos plebiscitarios y los ingresos del petróleo para concentrar el poder, imponer una nueva Constitución, y utilizar las instituciones y recursos del Estado para ir cerrando el espacio a la oposición¹.

¹ <http://www.larepublica.pe/columnistas/punto-de-vista-steven-levitsky/populismo-y-autoritarismo-competitivo-26-09-2011>

De tal modo, sí en la década de los 90 fueron los gobiernos de corte neoliberal los que tomaron fuerza en la región, en la actualidad no hay predominio de una corriente política e ideológica, la región es diversa y cada país evidencia grandes y marcadas diferencias debido a su contexto interno, pese a que en principio pueda clasificarse en una corriente o tendencia política, ideológica y económica. (Nuñez, 2013).

Entender lo que ocurre en la actualidad exige una mirada a la década de los noventa cuando los gobernantes populistas que manejaban estilos personalistas y carismáticos, conjugaron su retórica maniquea y su capacidad movilizadora con la puesta en marcha de políticas neoliberales. A estos líderes se les conoce como neopopulistas. Los neopopulismos más emblemáticos fueron los gobiernos de Menem en Argentina (1989-99), Fujimori en Perú (1990-2000), Collor de Melo en Brasil (1990-92) y Abdalá Bucaram en Ecuador (1996-97). De forma contraria a estos populistas de fines del siglo XX, emergen líderes populistas a inicios del siglo XXI con características políticas y estilos más cercanos al populismo clásico. Se les ha llamado populistas radicales, populistas contemporáneos y populistas militares. Las dos corrientes, pese a las diferencias de los exponentes sean de los años noventa o de la actualidad, son identificadas como nuevos populismos y comparten características en su estilo como evidencia. (Abad, 2011).

Líder carismático al que se le atribuyen características excepcionales.

Relación directa líder-electorado.

Antipolítica como componente dominante. Bajo grado de institucionalización, outsiders con discursos antipartidistas y anti-institucionales.

Dependencia de la movilización de amplios segmentos de la población (masas). *Bases sociales electorales menos organizadas y más plurales.

Voto, plebiscito y movilización pública como medio de legitimación.

El "pueblo" como elemento aglutinador del electorado.

Radicalización de la retórica maniquea que apela al pueblo y resalta el conflicto "friend Vs foe".

Campaña electoral y mediática permanente.

Relación ambigua con la democracia: apela al voto y rechaza intermediación de instituciones representativas.

Prácticas clientelares y de patronazgo.

Viguera (1993) sugiere que una serie de hechos propiciaron el cambio de la sociedad latinoamericana, identifica las dificultades para el pago de la deuda externa en varios países como Brasil, México y Argentina, lo que llevó a debilitar la influencia de los líderes populistas descritos y presentados en el capítulo anterior de este documento, y se abrió paso a líderes y a movimientos populistas con tendencia neoliberal. Ante el incumplimiento de las promesas hechas por los populistas en el sentido más clásico, emergen los neopopulistas de la década del noventa con gobiernos de corte neoliberal, tomando gran fuerza en la región, al paso de los años y con el agotamiento que supuso ese modelo en algunos países se hizo posible el ascenso de nuevos populistas, sean estos, ~~%populistas radicales+~~, ~~%populistas contemporáneos+~~ o ~~%populistas militares+~~.

Adicional a tabla que presenta los rasgos de los nuevos populistas que caracterizan el inicio del siglo XXI, más allá de sus liderazgos carismáticos y personalistas, se encuentra la desvinculación con los partidos políticos, estableciendo un punto de quiebre entre lo anterior y lo nuevo que representan, buscan además cambiar las reglas constitucionales para intentar perpetuarse en el poder y extender el poder del Ejecutivo, disminuir la capacidad de los ciudadanos para ejercer control pero a la vez se construyen redes sociales que apoyen y respalden sus políticas, al ser en su gran mayoría focalizadas promueven redes y estructuras clientelares, se busca también construir un "otro", un adversario externo que afecte los intereses nacionales y pueda servir para cohesionar y distraer en el ámbito interno. En este escenario el papel de los medios de comunicación adquiere un rol preponderante bien sea para la construcción y legitimación del líder o para promover la crítica y la denuncia de sus actuaciones.

2.4. Neopopulismo en Argentina durante la década de los 90

Siguiendo la línea de lo argumentado y para entender mejor lo expuesto en párrafos anteriores es pertinente presentar una caracterización de Argentina durante la década de los noventa cuando Carlos Saúl Menem llega a la presidencia para suceder a Raúl Alfonsín en 1989. Alfonsín fue el primer presidente democrático y gobernó el país entre 1983 y 1989, tras la dictadura impuesta en 1976. El contexto que posibilitó el ascenso de Menem fue una

profunda crisis económica a causa de la hiperinflación, hecho que obligó a Alfonsín a culminar su periodo de gobierno de forma anticipada.

El presidente Menem impulsaría una reforma constitucional en la que se reducía el periodo presidencial y se permitía la figura de la reelección inmediata, de tal modo, fue presidente candidato en la contienda electoral de 1995 y reelegido para una segunda gestión que culminó en 1999. (Labandeyra, 2008).

La situación económica era insostenible cuando Menem llegó al poder, la inflación alcanzaba 1500%, pero no sólo eso, también había una fuerte crisis de la industria nacional, insurrecciones militares, escasez de bienes básicos, saqueos de tiendas, etc., en ese contexto de crisis aparece Menem como un líder fuerte, alejado de la clase política, con un discurso de campaña encaminado a la revolución productiva, buscó ganar el apoyo de los trabajadores con promesas de aumentos de salarios y justicia social hacia la conformación de una supuesta voluntad colectiva.

Los medios de comunicación mostraron en la televisión un medio eficaz para la promoción de las políticas de gobierno, sumado a una fuerte presencia en radio, diarios y canales de cable buscando resaltar el personalismo y el perfil carismático de Menem.

El presidente implementó medidas tendientes a la solución de la inflación mediante la Ley de Convertibilidad que consistió en la paridad del peso con el dólar norteamericano y tuvo vigencia por 11 años desde su aprobación en 1991. Puede afirmarse que se reestructuró el manejo económico del país tendiente a la liberalización de la economía, la apertura al mercado externo, privatización de empresas públicas y reducción del tamaño del Estado. Esas medidas económicas, dieron los resultados esperados, la inflación se redujo ostensiblemente y fue la estabilidad ganada en el terreno económico la que le permitió obtener el favor de los electores para un segundo mandato.

Sin embargo con la reducción en la estructura del Estado y la privatización de sectores de la economía nacional, se produjo un aumento en los índices de desempleo, que fue contrarrestado con políticas sociales focalizadas, visibles al contar con un importante impacto mediático que funcionaba a través de una red clientelar que desarrolló programas de lucha contra la pobreza.

Se concentró el poder en manos del ejecutivo, los sindicatos fueron fraccionados con audacia y limitaron su participación a través de pactos con los dirigentes de ciertos gremios que se oponían a las reformas.

Sobre la relación entre Menem y los medios, existe un nivel de consenso entre periodistas argentinos y corresponsales extranjeros, para referirse al hecho de que el presidente no intervino de manera directa, ni trató de ejercer censura o presión en cuanto a líneas editoriales. Incluso y a manera de anécdota cuando un funcionario de su gobierno quiso impedir un informe periodístico en relación con una pista de aterrizaje en el pueblo del presidente, fue tal el escándalo que se generó, que no sólo se emitió el informe, sino que provocó gran indignación tal actitud. Menem no impidió los informes críticos y en ese sentido se le reconoce una actitud democrática, sin por esto negar que hubiera momentos de tensión, pero jamás al nivel actual, incluso se destacó que en la década del 90 se expandieron las radios con total libertad.

Afirma la periodista española Carmen de Carlos, radicada en Argentina desde 1995:

El Gobierno de Carlos Menem era de puertas abiertas con los medios de comunicación y las fuentes estaban al alcance de la mano. Lo mismo sucedió con los de Fernando De La Rúa y Eduardo Duhalde. La secuencia se interrumpió con la llegada de Néstor Kirchner y después su mujer, Cristina Fernández. (De Carlos, 2013).

Los gobiernos de Alberto Kenya Fujimori en Perú y Carlos Saúl Menem en Argentina constituyen las denominadas democracias delegativas, donde el poder reside en el líder. Llegan al poder apoyados en la voluntad de las mayorías, pero una vez instalados disminuyen los espacios de participación, implementan políticas diferentes a las propuestas en campaña en nombre del interés nacional, los ciudadanos son reducidos a actores pasivos cuya expresión de participación consiste en refrendar y legitimar al líder a partir del voto. No obstante, queda para la reflexión el nivel de responsabilidad de la ciudadanía, tanto Fujimori como Menem fueron reelegidos a través del voto popular y con más votos que en su primera elección.

En este período es evidente la flexibilidad discursiva de los líderes para acceder al gobierno. Al ser elegidos aplicaron medidas económicas opuestas a las de sus programas de gobierno, tendientes a la liberación del mercado de capitales y de trabajo; y, a la aplicación de reformas orientadas por el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional para la obtención de créditos.

Con la aplicación de la denominada tecnocracia para la desarticulación de protecciones, se eliminaron subsidios y se implementaron medidas para disminuir la corrupción, lo que redundó en pérdida de garantías sociales, políticas y económicas, es decir, que afectaron el bienestar general favoreciendo a

determinados sectores, pero sin mayores cuestionamientos, amparados en el amplio respaldo popular. Gestiones que en todo caso denotan la debilidad institucional en los parlamentos y en los partidos políticos así como en los movimientos sociales y en los sindicatos.

Un aspecto importante fue el uso de la televisión para su promoción, y factor importante en su reelección, apareciendo como los solucionadores de los problemas de manera directa, en escenarios políticos y artísticos, en los canales públicos y privados así como la creación de alianzas en radio y prensa como una red de apoyo al candidato, entendida por la población como garante de la neutralidad y la objetividad, en la que se mostraban los logros de los gobiernos; en la inauguración de obras, puentes, escuelas, hospitales, que le permitían a los candidatos presidentes promover un discurso que llevaría a la aplicación de una segunda fase del modelo neoliberal, desde dónde se supone que se daría la redistribución de las utilidades y el combate de la pobreza.

2.5. Nuevos populismos en el siglo XXI

Referirse a los nuevos populismos pasa inevitablemente por Hugo Chávez, su exponente más importante y destacado. Chávez no proviene de la izquierda marxista sino que se le relaciona en sus comienzos con la derecha fascista latinoamericana, debido a ello, cuando intentó dar un golpe de estado en 1992, los nacionalistas del continente saludaron el accionar del Comandante Chávez que encarnaba concepciones corporativistas y autoritarias, propias del fascismo; la restauración religiosa, el orden jerárquico y el disciplinamiento social. El ideario político de Chávez mutó del fascismo al marxismo, pero sin importar el camino, cualquiera de las estrategias se dirigía a la acumulación de poder sin límites concentrando todas las decisiones en el poder ejecutivo. (López Göttig, 2007).

Con posterioridad a los disturbios de 1989 conocidos como el "Caracazo", los medios masivos venezolanos asumieron un papel crítico frente a los partidos políticos tradicionales, también hay que reconocer el desencanto social debido a la exclusión política, económica y social. Ese contexto de descontento popular y agotamiento de los partidos y de la clase política, servirá de plataforma para que Hugo Chávez pueda llegar al poder.

La figura de Chávez emerge como alternativa y forma de protesta y una vez en el poder asume un discurso de carácter nacionalista, comunitario, y de redistribución económica. Reformó de la constitución de 1999 reforzando el poder presidencial con controles nominales, negando el pluralismo político y aumentando el control sobre la justicia y el parlamento. Hugo Chávez cerró y censuró diferentes medios

de comunicación por presentar una visión crítica de su gobierno y estilo, como fue el caso de Radio Caracas Televisión (RCTV) en 2007, en ese momento, el entonces presidente afirmó:

No habrá nueva concesión para ese canal golpista de televisión que se llamó Radio Caracas Televisión. Se acaba la concesión. Ya está redactada la medida. Así que vayan preparándose apagando los equipos pues. ¡No se va a tolerar aquí ningún medio de comunicación que esté al servicio del golpismo, contra el pueblo, contra la nación, contra la independencia nacional, contra la dignidad de la República! Venezuela se respeta.

En relación con los medios de comunicación se aplicaron medidas regulatorias, como un artículo introducido en la Constitución de 1999 o la posterior Ley de Responsabilidad Social, con acusaciones de contenido potencialmente restrictivas de la libertad de prensa. Al considerar que en Venezuela se estableció antes de la década de los noventa una hegemonía comunicacional de sello comercial, el gobierno del presidente Chávez construyó una hegemonía de corte ideológico que comprendió la disminución de las voces opositoras, y por el otro lado, la maximización de las voces afines al gobierno que contribuyeran a la consolidación de su proyecto político. (Stelling, 2011).

Sumado a otra serie de medidas que incluían el uso de la fuerza del Estado por la vía legal (apertura de juicios a diversos periodistas, la restricción del acceso a las fuentes gubernamentales y la no renovación de las concesiones), la movilización de grupos partidarios del gobierno, financiación y legalización de un número importante de radioemisoras comunitarias, en su mayoría partidarias al gobierno y la presencia permanente en su programa "Aló Presidente", unos 90 minutos en promedio de emisión buscó la aceptación de su gobierno.

También se buscó crear modelos de democracia participativa directa en los círculos bolivarianos involucrando sectores excluidos, que han respondido con votos que posibilitan la reelección, adicional a verse favorecidos con un periodo donde sus economías se dan en contexto de bonanza y que le permitieron aplicar políticas con mayor autonomía. Al contar con un importante excedente de recursos petroleros logró posicionarse como caudillo regional, liderando la revolución bolivariana del Socialismo del siglo XXI, desde la crítica al imperialismo, la globalización y el neoliberalismo, en un momento que diferentes países evidenciaban las mismas preocupaciones, con lo cual y gracias a su gran carisma, su discurso caló hondo en algunas sociedades y afianzó la simpatía de los gobernantes latinoamericanos.

La gestión del presidente Hugo Chávez que completó 13 años en el poder y habría podido llegar a 19 tras lograr una nueva reelección en las elecciones del 7 de octubre de 2012, fecha en que aventajó a su opositor Henrique Capriles con una diferencia de más de 11% en el proceso electoral y que se vio abruptamente interrumpida, primero por la enfermedad que le obligó a ausentarse de sus funciones y del país, luego por su deceso. Estos años enmarcados por el creciente detrimento institucional, la dominación carismática, la cooptación de poderes, la reforma a la constitución, así como la restricción de espacios a la oposición, a la libertad de prensa y de expresión y acudiendo a mecanismos populistas y plebiscitarios sostenidos a través de la financiación de programas asistencialistas que le permitieron sostenerse en el poder y asentar su proyecto del socialismo del siglo XXI.

El 4 de marzo de 2013, Nicolás Maduro entonces vicepresidente, anunció públicamente la muerte del primer mandatario, tras siete días de duelo nacional y con la asistencia de más de 30 presidentes se puso fin a un importante periodo de la historia política venezolana. Nicolás Maduro se juramentó ante la Asamblea Nacional y tomó posesión como presidente encargado, posteriormente y en un proceso electoral de dudosa legalidad y legitimidad se impuso ante su contendor Henrique Capriles en las elecciones del 14 de abril de 2013

El país atraviesa uno de sus periodos más críticos, las instituciones carecen de legitimidad y el poder está cooptado por el oficialismo, la situación de desabastecimiento ha ido en aumento, la inflación llega casi al 50%, y existe un contexto político y social de elevada tensión y polarización. La Asamblea Nacional de mayoría oficialista aprobó la Ley Habilitante a solicitud del presidente, mediante la cual se otorgan poderes especiales al primer mandatario para que éste pueda emitir decretos con fuerza de ley durante un año. La tensión con los medios de comunicación ha ido en aumento y cada vez existen menos voces críticas.

Desde el poder ejecutivo se impulsó recientemente la creación del Cesspa - Centro Estratégico de Seguridad y Protección de la Patria- que hará las veces de mecanismo de censura y control de la información. El Cesspa informará al presidente ya no a la "Dirección Político Militar de la Revolución" como se estimó en un comienzo, además, tuvo que eliminar la mención de "enemigos internos y externos". Sin embargo tal y como está planteado el Cesspa es inconstitucional, ya que en ésta se prohíbe expresamente la censura y se consagra el derecho a la información, incluso en estado de excepción. El Cesspa establece la posibilidad de restringir la información a criterio de su director.

Diferentes analistas consideran que se ha derogado la República, si se entiende que para su existencia es inminente la separación de poderes y el estado de derecho, en esa dirección el Cesspa representa una amenaza porque en nombre de la patria, la seguridad y los intereses nacionales puede llegar a cometerse excesos, arbitrariedad y supresión de los derechos fundamentales consagrados en la Constitución.

2.5.1. Nuevo populismo en Bolivia

Evo Morales asumió el poder el 22 de enero de 2006 en Bolivia buscando otorgar reconocimiento al poder indígena y a lo nacional en la democracia representativa orientando sus políticas a la justicia social, donde el estado adquiere protagonismo en temas económicos en especial en el control de los recursos naturales. Desde la llegada a la presidencia de Evo Morales este ha acusado a los medios de comunicación de ser opositores, racistas y de ser instrumentos de intereses poderosos y minoritarios, acusaciones orientadas a cuestionar los intereses político-empresariales de los propietarios de los medios.

Con la aprobación de una nueva Constitución Nacional contempló en sus artículos 21, 106 y 107 los temas relativos al ámbito comunicaciones que contempla el derecho a la comunicación y el derecho a la información incluyendo en uno de los incisos que los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.

Esta situación se produjo en medio de una fuerte resistencia de los medios de comunicación bolivianos. La Ley 737/2010 Antirracismo y Discriminación de Bolivia, reguló el ámbito de la comunicación, información y difusión, destacando el papel de los medios de comunicación públicos y privados en la eliminación del racismo y toda forma de discriminación en relación con su responsabilidad de generar opinión pública, conforme a la Constitución Política del Estado.

Evo Morales está culminando su segundo mandato y buscará la re-reelección en 2015 lo cual ha generado cuestionamientos desde la oposición boliviana y algunos sectores de la sociedad que consideran que una tercera postulación de Morales, violaría la Constitución promulgada por el mismo presidente en el año 2009 y que estableció sólo dos mandatos consecutivos, no obstante el presidente Morales restó importancia considerando que:

La elección del 2009 es la primera elección, no es reelección, [es decir que su primer mandato no debe tener mayor repercusión al haberse dado en el marco de la anterior Constitución] no cuenta porque no estaba vigente la nueva Carta Magna que refunda Bolivia como Estado Plurinacional. (Infolatam, 2013).

En cuanto a la relación del presidente boliviano con los medios, fue el quien aproximó en meses pasados como está la situación:

Antes sentía que el 80 o 90% de los medios eran mis opositores (õ) Ahora quedan 10% o 20% de opositores. No es que necesite apoyo, sino que digan la verdad. Si lo estoy haciendo mal que lo digan, pero con argumentos, sin tergiversaciones. Esa es la observación que tengo. Por supuesto siempre habrá libertad de expresión, pero libertad para decir la verdad. (El Deber, 2013).

2.5.2. Nuevo populismo en Ecuador

Rafael Correa combinó para su elección el rechazo al neoliberalismo y el rechazó a la clase política tradicional, llegó al poder representando la imagen de un hombre nuevo, cercano al pueblo. (El Universo 2012). Asumió el poder el 15 de enero de 2007 y en 2008 sancionó una nueva Constitución Nacional que incluyó en materia de medios de comunicación en su sección tercera lo relativo a la comunicación e información.

Ecuador ha atravesado periodos de gran inestabilidad política, sin embargo, con la reelección de Rafael Correa el pasado 17 de febrero con 57,17 % de votos y 30 puntos de ventaja sobre su inmediato contendor Guillermo Lasso, quedó ratificada la legitimidad presidencial. Nótese que antes de las elecciones el índice de aprobación presidencial le otorgaba entre un 70%-80% de favorabilidad a la gestión, así que el resultado no fue inesperado.

El presidente contó con toda la maquinaria electoral expresada en una campaña publicitaria abundante, respaldada por medios de comunicación pública a su servicio, combinando gasto público y publicidad, pero también gracias a las características de personalidad del gobernante que se ha sabido mostrar como un líder incansable que representa la ruptura del orden jerárquico tradicional excluyente, frente a una oposición fragmentada que no ha tenido la capacidad de generar un discurso alternativo.

Se reafirmó en ese sentido la tendencia personalista del gobernante y también la crisis de los partidos políticos. El país tendrá un presidente que gobernará diez años seguidos (2007-2017) contrario a lo ocurrido en la década anterior en la que sumó siete presidentes. El movimiento político que lidera Rafael Correa, obtuvo además la mayoría absoluta en la Asamblea legislativa, con lo cual garantizó el control del Ejecutivo y del Legislativo.

Debe reconocerse la alta inversión social y el abundante gasto público expresado en obras públicas, infraestructura vial, construcción de escuelas, colegios,

dispositivos de salud, la ampliación del acceso a los servicios sociales, a saber: seguridad social, ampliación del número de beneficiarios de un bono para quienes viven en la línea extrema de pobreza, entre otros beneficios. Correa es percibido como el líder que se impuso a los poderes fácticos+representados en los medios de comunicación, a las élites económicas y a los partidos políticos.

En su interés por fortalecer un sistema de medios públicos logró que se aprobara en junio de este año, la Ley de Comunicación que establece la redistribución progresiva de las frecuencias de radio y TV distribuidas el 34 por ciento a medios comunitarios, 33 por ciento a los públicos y 33 por ciento a los privados, mediante la asignación de las licencias disponibles y la reversión de aquellas obtenidas ilegalmente o por incumplimiento de normas, como una forma de democratización y la eliminación de los monopolios en el país, que busca generar contrapesos con medios Estatales.

Aunque el proyecto de ley fue presentado inicialmente en el 2009, se postergó y debido a las protestas de los medios y de la oposición política, pero en este año al contar con mayorías en el legislativo, la ley fue aprobada con 100 de un total de 137 votos. Sin embargo, ha enfrentado importantes protestas en las que se argumenta que se quiere frenar las investigaciones relacionadas con hechos de corrupción o imponer un solo punto de vista orientado desde la presidencia.

La aprobación a la Ley de Comunicación generó el rechazo de algunos sectores y la presentación de dos demandas de inconstitucionalidad a diferentes artículos por considerar que se atenta contra la libertad de expresión, poniendo en manos del Gobierno, a través de organismos y personal designado por el Presidente, el control completo del flujo informativo y de los contenidos, este es un tema de gran sensibilidad en el país ya que la relación antagónica entre Correa y los medios de comunicación se da desde el momento mismo en que asume como presidente por primera vez, de ahí en adelante las tensiones han ido en ascenso.

2.5.3. ¿Nuevo populismo o neopopulismo en México?

Enrique Peña Nieto asumió el 1 de diciembre de 2012 como presidente de México, tras ganar la contienda electoral del 1 de julio de ese año, con una participación electoral de 63.14% de los ciudadanos en condiciones de votar estos son 50.143,616 de votos, de los que Enrique Peña Nieto obtuvo 19.158,592 un 38.15% del total. Por su parte, Andrés Manuel López Obrador logró 15.848,827 votos, 31.64%; Josefina Vázquez Mota 12,732,630 votos, 25.40%; y, Gabriel Cuadro de la Torre 1,146,085 de votos, 2.30%. El Movimiento Progresista, presentó un recurso para solicitar la anulación de las elecciones, pero el 30 de agosto de 2012 los siete integrantes del Tribunal Electoral del Poder

Judicial de la Federación consideraron infundada la apelación y Enrique Peña Nieto fue declarado presidente electo de México por unanimidad.

La carrera política del presidente se dio previamente desde la instancia legislativa, como diputado local entre 2003 y 2004 y como gobernador del Estado de México entre 2005 y 2011, llegó a la presidencia de su país en representación de Compromiso por México una alianza entre el Partido Revolucionario Institucional y el Partido Verde Ecologista de México.

Sin embargo, es de señalar que ya en campaña el entonces candidato del PRI, generó controversia una información que salió a la luz pública y lo relacionó de forma directa en un supuesto pacto con el Grupo Televisa, ocurrido en 2006 y de cara a las elecciones Federales de ese año. La alianza, según se especuló, tendiente a favorecer a ese candidato en detrimento de su contendor López Obrador. No obstante, la veracidad de tal información era difícil de corroborar, acaeció, que tuvo gran impacto por la difusión en el diario británico The Guardian, pero en febrero de 2013, The Guardian extendió un comunicado donde pedía una disculpa pública por la mala interpretación de su reportaje que desprestigió al Grupo Televisa. En éste, se reconocía el fallo de tribunales y autoridades electorales que admitió la falta de fundamentos en dichas acusaciones para lograr establecer con exactitud el partidismo del Grupo.

Otro evento previo a las elecciones presidenciales de 2012 fue la emergencia del movimiento YoSoy132, un grupo que se oponía a la "imposición mediática" de los candidatos a las elecciones federales en México, diferentes sectores de la sociedad consideraron que este era el candidato de los medios y que el trato respecto a los demás candidatos era a todas luces desigual, en aras de favorecer la imagen de Peña Nieto. Un tercer suceso de gran impacto y de carácter previo a las elecciones de ese año, fue la denuncia de los partidos contendores el PRD y el PAN que manifestaron la supuesta compra de voto por parte del PRI en la Unidad de Fiscalización del Instituto Federal Electoral (IFE) con el aporte de fondos destinados a pagar a la estructura del PRI para influir de manera ilegítima en el voto. Pese a las denuncias, en enero de 2013 el IFE exoneró al PRI de dichas acusaciones en lo que respecta a operaciones ilícitas para financiar la campaña presidencial. Los aportes de diferentes empresas a la campaña presidencial del PRI fueron considerados legales por el organismo.

El actual gobierno es considerado de centro derecha, con una evidente orientación hacia la economía de mercado de ahí que pueda pensarse en cierta relación con los neopopulismos de la década del noventa, más allá de los nuevos

populismos del siglo XXI. El presidente está casado con una reconocida actriz, quizá por ese motivo, maneja un aire de celebrity y se combina la exposición mediática de la figura presidencial con la farandulización de la información, compaginando con lo anterior, algunas características propias del populismo y medidas asistencialistas para algunos sectores de la población, pero que no resuelven problemáticas de fondo como la pobreza estructural de la sociedad.

Una vez que asumió el poder, Peña Nieto participó en la firma del acuerdo "Pacto por México" entre la presidencia de la República y los tres principales partidos mexicanos: PRI, PAN y PRD. Las negociaciones para alcanzar dicho pacto se llevaron a cabo desde antes de asumir su cargo como presidente. El pacto, está dividido en cinco secciones, a saber: 1) Acuerdos por una sociedad de derechos y libertades; 2) Acuerdos para el crecimiento económico, empleo y competitividad; 3) Acuerdos para la seguridad y la justicia; 4) Acuerdos para la transparencia, rendición de cuentas y combate a la corrupción; y 5) Acuerdos para la Gobernabilidad Democrática.

En cuanto a los medios de comunicación y a las empresas prestadoras de servicios, se encuentran cifras que destacan el poder político que han acumulado en no pocas ocasiones ha pesado en decisiones de los principales partidos y del gobierno mismo. (Trejo, 2013).

En México una sola empresa controla el 80% de la telefonía alámbrica y otra, filial suya, el 70% de la telefonía celular -o móvil-. Dos empresas más acaparan el 94% de las frecuencias para televisión comercial. Esos consorcios tienen tanta influencia que no se puede considerar que haya un auténtico mercado en las telecomunicaciones y la radiodifusión. (Lara, 2013).

En marzo de este año el presidente presentó la propuesta de reforma integral en materia de telecomunicaciones y competencia económica que fue aprobada por el legislativo de ese país y que con algunas modificaciones se promulgó el 10 de junio de 2013. Las reformas se dieron en relación con la garantía de protección a los datos personales y en materia de derechos al acceso a las tecnologías de la información, la banda ancha y el Internet. En las modificaciones introducidas, se obliga al ejecutivo federal a establecer una agenda digital dentro de su política rectora, y se crea para tal fin el Instituto Federal de Telecomunicaciones para sustituir a la Comisión Federal de Telecomunicaciones, quedando a cargo la nueva entidad, de instaurar dos nuevas cadenas de televisión; se funda además, la Comisión Federal de Competencia Económica para reemplazar la Comisión Federal de Competencia y promover desde ese espacio la libre competencia, la libre concurrencia y evitar los monopolios en el campo mediático. Sin embargo y

dada su reciente aprobación e implementación es difícil medir el impacto que estas medidas pueden llegar a tener, será cuestión de tiempo para verificar si se logran tales propósitos.

Es así como en la década de los noventa se dio un giro hacia el mercado, donde los medios de comunicación pretendiendo representar a la opinión pública en un intento de identificación con el ciudadano, y como escenario donde los gobiernos como el de Menem en Argentina y Fujimori en Perú, promovieron la estabilidad de su poder, en medio de la denominada política del escándalo.

Con el ascenso de nuevos líderes en Latinoamérica y particularmente en Sudamérica, ubicados en el espectro socio político de la izquierda populista inscrita en la corriente del Socialismo del Siglo XXI, se construyó un relato a partir del cual cohesionar al pueblo, un relato con base en la conspiración que representan las corporaciones, los empresarios, los medios y el capital. Se necesitan buenos y malos, amigos y enemigos, el consenso no es un escenario deseable, sí lo es la polarización y crispación social, porque es ahí cuando el gobernante adquiere el carácter de mesías, de salvador y caudillo del pueblo que demanda poderes y atribuciones más allá de la constitución, de la división de poderes, de los pesos y contrapesos, valores que encarna la democracia liberal y por ende, son sujetos de profundo desprecio. El líder emerge para reivindicar y emancipar a un pueblo sometido y oprimido por el enemigo, por los poderes fácticos, según lo han expresado los mismos gobernantes. Se gobierna para salvar y reivindicar a la patria, a la nación.

El papel de los medios ha sido clave en esos procesos, tanto para marcar una relación antagónica con el poder político en caso de ser privados, críticos y opositores que denuncian y que se verán de ahí en adelante sometidos a la descalificación constante por parte de los líderes políticos y de sus funcionarios; como para asumir un rol funcional y convertirse en maquinarias de propaganda gubernamental en el caso de ser públicos y estatales. La pauta oficial ha sido fundamental para ese propósito, además de convertirse en un sistema de premios y castigos, manejada a discreción por el poder ejecutivo de cada país. Se premia la lealtad y la militancia, de igual manera ocurre con la distribución de cargos en el poder y el nombramiento de funcionarios, hay una estructura clientelista en el manejo del Estado más allá de procesos meritocráticos que reflejen formación profesional y capacidad técnica.

El último episodio que se registró y casi al filo del surrealismo, fue la creación del Ministerio de la Felicidad en Venezuela, que generó rechazo de amplios sectores

al nivel interno y todo tipo de cuestionamientos externos. Sin embargo, algunos llegaron a cuestionar si no sería la respuesta venezolana a las iniciativas de Ecuador y Bolivia, cuyas nuevas Constituciones contemplan el derecho de los ciudadanos al «buen vivir». (Deutsche Welle, 2013).

Como ha tratado de mostrarse para entender esos procesos se precisa, además de la aproximación teórica y conceptual la contextualización política e histórica para entender como con la industrialización y los cambios tecnológicos se promovieron cambios sociales vinculados con la modernización de los países de la región, cambios que significaron mejoras sustanciales para algunos sectores de la población y su ascenso en la escala social, aumentar los ingresos, acceder a posiciones de poder en el marco de las sociedades urbanas, todo esto posibilitó la promoción y escalamiento de los medios de comunicación, la radio y la prensa, luego la televisión. Con el lugar ganado se constituyeron a través del tiempo en agentes estratégicos y de gran poder.

Los medios masivos adquirieron un rol fundamental bien sea para ampliar o para neutralizar elementos democratizadores en la sociedad. En el análisis realizado sobre los populismos de los años treinta hasta mediados de los setenta instalaron una gran polarización social. Los medios de comunicación no permanecieron ajenos a la dinámica instalada por estos líderes, diferentes gobiernos promovieron la censura, la manipulación y el uso de recursos públicos para la financiación a través de la propaganda oficial en la prensa, la radio, la televisión y el cine. Es interesante la inserción de elementos simbólicos, culturales y subjetivos, que permitieron de forma parcial la democratización de la palabra y de la imagen; en la incorporación masiva de sectores sociales históricamente excluidos de la vida política, por lo que se considera que contribuyeron a la construcción y emergencia de nuevas identidades sociales y de nuevas subjetividades políticas.

En los años 1930 hasta 1970 se identifica un tipo de populismo influenciado por la teoría de la dependencia, el nacionalismo, la intervención estatal, la formación de los sindicatos y de algunas garantías laborales, lo que llevó a fomentar la participación popular, sin embargo, el excesivo intervencionismo disminuyó el poder de las instituciones al concentrar todo el poder en el líder, polarizando el discurso entre lo injusto y lo inmoral, la patria y la anti-patria.

El neopopulismo de los años noventa promovió, igualmente, liderazgos carismáticos, personalistas, legitimados por las masas, pero que promovieron políticas de ajuste estructural, caracterizadas por la crisis de los modelos estatistas de desarrollo, lo que llevo a la reducción del Estado y el asentamiento

del neoliberalismo como respuesta a las crisis de gobernabilidad. Se llega al siglo XXI, con el agotamiento de las sociedades excluidas y marginadas que reclaman nuevos liderazgos, los nuevos populistas, promueven la necesidad de un Estado activo, recuperando importantes rasgos de los populismos de la primera mitad del siglo XX. Esta es la apuesta de los ~~populistas~~ ~~populistas~~ ~~populistas~~ radicales+, de los ~~populistas~~ ~~populistas~~ contemporáneos+de los ~~populistas~~ ~~populistas~~ militares+. Pero como se dijo al comienzo del capítulo, las dos corrientes populistas de las décadas recientes, pese a las diferencias de sus exponentes sean estos de los años noventa o bien de la actualidad, se inscriben en los nuevos populismos y comparten características en su estilo, las diferencias definitivas se dan en su relación antagónica y al parecer irreconciliable con los medios de comunicación, en el manejo de la política económica y en las consideraciones en cuanto al papel que debe jugar el Estado en la sociedad.

3. Capítulo 3

EL DEBATE SOBRE LA LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Reconocemos que la educación, el conocimiento, la información y la comunicación son esenciales para el progreso, la iniciativa y el bienestar de los seres humanos. (Cumbre Mundial sobre la sociedad de la información, 2003)

3.1. Nuevo populismo en Argentina. El populismo radical de los gobiernos Kirchner

Bernadette Califano contextualiza la llegada de Néstor Kirchner en un contexto de importantes conflicto y crisis económica social y política:

Ante la creciente inestabilidad monetaria se produjeron importantes retiros de los depósitos mantenidos en los bancos, cuya drástica contrapartida fue la restricción a la extracción de fondos conocida como %corralito+a fin de evitar el quiebre total del sistema financiero y salvar a las entidades bancarias. El clima político y social de aquel fin de año se exacerbó con esta medida, junto con la declaración del estado de sitio, los saqueos, movilizaciones, enfrentamientos y represión policial, que dejaron un saldo de 34 muertos en todo el país. El 19 de diciembre renunció el presidente Fernando de la Rúa y el 20 partió de la Casa Rosada en helicóptero... Así fue que, tras una serie de pujas internas en el Partido Justicialista, Duhalde decidió apoyar la candidatura de Néstor Kirchner por el partido %Frente para la Victoria+. Con la obtención del 22,24% de los votos, quedó en segundo lugar en las elecciones, detrás de Carlos Menem, quien obtuvo el 24,45%. Como ninguno de los postulantes alcanzó el 45% requerido por la legislación electoral argentina, el ballottage tendría lugar el 18 de mayo de 2003. Pero, pronosticando una aplastante derrota sobre la base de los sondeos previos que le otorgaban una amplia ventaja al santacruceño, el ex presidente renunció a participar de la segunda vuelta, acelerando el acceso de Kirchner a la Casa Rosada. (Califano, 2009).

Néstor Kirchner se convirtió en presidente de Argentina, con un 22% de los votos luego de que su contendor, el ex presidente Carlos Menem decidiera no ir a segunda vuelta. Néstor Kirchner culminó su mandato el 10 de diciembre de 2007, fecha en que su esposa Cristina Fernández asume como presidente. En los comicios de octubre de 2011 fue reelegida con el 54% de los votos y además logró mayorías en ambas cámaras del Congreso.

Néstor Kirchner asume el poder en un contexto de grave crisis económica, con el colapso financiero ocurrido en el país a fines de 2001 y durante 2002, sin embargo gozó de una coyuntura favorable y logró beneficiarse de un período de precios récord de las materias primas, en especial de la soja.

La inflación tiene una relación bastante peculiar con los argentinos. Hubo épocas en que los precios subían de un modo imparable y podían llegar a remarcar en las tiendas dos o tres veces a lo largo del mismo día. Durante los fenómenos hiperinflacionarios previos a la ~~convertibilidad~~ (la famosa relación 1 a 1 entre el peso y el dólar), no era extraño estar en el supermercado llenando el cesto de la compra o haciendo cola en la caja para pagar, cuando desde los altoparlantes del establecimiento se anunciaba, solemnemente, que a partir de ese momento todos los precios fijados se incrementaban en un 40%, o en otra cifra igualmente significativa (õ) la inflación sigue siendo un trauma de dolorosas consecuencias, que puede echar por tierra cualquier sensación balsámica de prosperidad (õ) La otra derivada del problema es que perjudica sobre todo a los sectores populares, que son los que tienen menores recursos para enfrentarse a ella. No en vano la inflación ha sido definida como el impuesto a los pobres

(õ) La gestión económica de Roberto Lavagna, primero en el gobierno de Eduardo Duhalde y luego con Néstor Kirchner, permitió, en el contexto de una coyuntura internacional más que favorable, salir de la recesión y remontar la crisis. Gracias a la mayor demanda de las materias primas y al aumento de sus precios, la economía argentina está creciendo desde hace tres años a tasas superiores al 8% anual, un desempeño que lo sitúa a la cabeza del crecimiento latinoamericano, junto a Venezuela. Un hecho así traslada una gran alegría para propios y extraños y, entre otras cosas, semejante desempeño ha permitido reducir el desempleo y la pobreza (õ) Pero la inflación no se ha ido del todo y, también junto a Venezuela, Argentina está a la cabeza de América Latina (õ) Por eso, el gobierno de Kirchner se ha impuesto como objetivo para el año 2006 cerrar el ejercicio con una inflación de un dígito. A la vista de cómo iban las cosas y de la escasa confianza del presidente en las fuerzas del mercado, el mandatario argentino decidió nombrar a Guillermo Moreno al frente de la secretaría de Comercio Interior, encargada del control de precios. Aquí también es aplicable aquello de que si la teoría y la realidad no coinciden, peor para la realidad (õ)

La teoría de Guillermo Moreno, y por ende del presidente Kirchner, es que los precios pueden ser controlados y que si éstos crecen no es por obra de las tendencias del mercado y de la oferta y la demanda sino por alguna conspiración de empresarios y mayoristas, que buscan ganancias espectaculares a costa del bolsillo del resto de sus ciudadanos. Y como todo se reduce a eso basta con una llamada telefónica, alguna amenaza velada o abierta, lo que en la jerga argentina se conoce como apriete, para que las cosas, los precios en este caso, vuelvan a

su cauce. La opinión empresarial sobre el personaje no es precisamente favorable (õ)

Néstor Kirchner ha demostrado ser el discípulo más aventajado de Juan Domingo Perón. Esto se puede ver en la forma en que gobierna al país, en los modos de intentar someter a propios y extraños, en su manejo discrecional del presupuesto con fines clientelares. Sin embargo, a diferencia de los populistas clásicos de las décadas de 1940 a 1970, Kirchner es muy respetuoso del orden macroeconómico y de la disciplina fiscal. De este modo, no es en la macroeconomía sino en la microeconomía donde hay que seguir el desempeño económico de este gobierno y si realmente su política estimula o frena el crecimiento económico. (Malamud, 2006).

Esas cifras hacían referencia a la Argentina de 2006 cuando todavía gobernaba Néstor Kirchner, pero al día de hoy el panorama es bastante más complejo para el país del sur, entre 2003 y 2007 Argentina tuvo un crecimiento económico sostenido, con un aumento del Producto Interno Bruto (PIB) de casi un 9% en promedio, la situación empezó a cambiar a partir de 2008. Desde ese año y hasta 2012 el crecimiento se redujo a 2,6% en promedio. (El Comercio, 2013).

Es de señalar que las estadísticas y cifras oficiales del país están muy desprestigiadas tanto a nivel interno como externo, el FMI volvió a llamar la atención en el mes de octubre de 2013 sobre los datos del INDEC, ya los que más de una vez los calificó de poco creíbles+ y por lo que ya había sancionado al país en febrero de ese año:

Los datos de la Argentina son datos oficiales. El FMI ha enviado, sin embargo, una declaración de censura e instado a la Argentina a adoptar medidas correctivas para mejorar la calidad de sus datos oficiales (õ) Fuentes alternativas han mostrado un crecimiento real más bajo que el oficial desde 2008, y tasas de inflación considerablemente más altas que las oficiales desde 2007. (La Nación, 2013).

Cabe destacar que para el INDEC, la inflación del 2012 fue del 10,8%, menos de la mitad en comparación con estudios que la situaron por encima del 20% el año anterior. Finalizando 2013 el organismo del Estado mantenía un índice de inflación alrededor del 10% pero cálculos de las consultoras privadas situaban el índice de inflación cercano al 30%, no obstante, la publicación de dichos indicadores ha sido impedida debido a las multas impuestas por el secretario de Comercio, Guillermo Moreno. (Infobae, 2013).

En 2003 la inflación argentina era de 13,4%, una cifra que se redujo durante los primeros años de la presidencia de Néstor Kirchner, en 2006 estaba alrededor del

10%, a partir de 2007 empezó un proceso inflacionario que, según las mediciones privadas, colocó a Argentina entre los países con mayores alzas de precios del mundo, pero el aumento de precios nunca fue reconocido de manera oficial, el gobierno intervino el órgano de medición del país, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INDEC de forma consecuente con lo anunciado por Guillermo Moreno, desde ese momento "las cifras oficiales de inflación se mantuvieron, en promedio, por debajo del 10%, mientras que las estadísticas recogidas por las consultoras, las provincias y la oposición promediaron el 24%+ (Smink, 2013).

En febrero de 2013 el Fondo Monetario Internacional (FMI) emitió una inusitada declaración de censura+ contra Argentina por la falta de precisión en sus indicadores económicos. Un año antes la prestigiosa revista británica The Economist había anunciado que dejaría de utilizar las estadísticas oficiales argentinas al considerar que "no tienen credibilidad". Frente a la obsecuencia oficial en el manejo de cifras y estadísticas, está el día a día de los argentinos que es sin duda el indicador más evidente de la economía del país.

Los precios permitieron al gobierno triplicar las reservas en dólares en el Banco Central, cuadruplicar el Producto Interno Bruto (PIB) del país entre 2003 y 2013. En 2003, la deuda pública nacional representaba el 138% del Producto Interno Bruto (PIB) del país. Diez años más tarde, el kirchnerismo logró reducir ese peso al 40% del PIB (Producto Interno Bruto). Tras dos canjes de deuda exitosos, en 2005 y 2010, el gobierno logró reestructurar el 93% de la deuda, con una liberación de más del 60% del capital. Sin embargo, no logró acordar con el restante 7% de los acreedores, llamados popularmente "fondos buitres", que aún reclaman la totalidad de lo adeudado.

En el plano económico, el aumento de las exportaciones de soja amplió los vínculos del país con China, pero ha atravesado momentos de tensión con la decisión de expropiar Aerolíneas Argentinas, en 2008, y la petrolera Repsol YPF, en 2012, que causó tensión con España, el principal socio comercial europeo y aliado histórico del país.

Nótese que el costo para Argentina de las medidas asumidas en el ámbito económico y de desafiar al FMI y a los demás organismos económicos es que no cuenta en la actualidad con credibilidad para acceder a créditos, es uno de los países que de acuerdo a estándares internacionales implica un alto riesgo para invertir, hay desconfianza del mercado internacional ante la falta de previsibilidad y reglas de juego claras por parte del gobierno.

Lo anterior se acrecentó en el último año cuando el gobierno decidió expropiar el 51% de las acciones de la filial de la española Repsol, medida tendiente a la renacionalización de YPF. La presidenta no aclaró cuándo y cómo pagará a la compañía española. Es pertinente mencionar que el matrimonio Kirchner fue uno de los más firmes partidarios a la compra de YPF por parte de Repsol en 1998. En el discurso de expropiación se enfatizó en que las acciones se expropiaban a Repsol por un tema de soberanía energética (El País, 2012).

Sin embargo, la tensión con España escaló cuando este año trascendió a la opinión pública un acuerdo firmado con Chevron, por mil millones de dólares para explotar un área denominada Vaca Muerta. Este acuerdo incluye cláusulas secretas que han ido filtrándose en la prensa internacional y que revelan la posición vulnerable del Estado argentino que no ha emitido explicaciones sólidas, por lo que quedó en evidencia el doble discurso con que se manejan ciertos temas. (Malamud, 2013)

Respecto a la política exterior argentina, que se alejó de Washington y se acercó al resto de América Latina, sobre todo a la Venezuela de Hugo Chávez y a Brasil, su principal socio comercial, fomentó la integración latinoamericana, defendiendo el Mercado Común del Sur (Mercosur) e impulsando la creación de la Unión de Naciones Sudamericanas (Unasur), cuyo primer secretario general fue Néstor Kirchner. Sin embargo en la actualidad las tensiones en el seno de Mercosur han evidenciado que aun cuando son gobiernos política e ideológicamente con cierta afinidad, Argentina y su presidente, no son fáciles de manejar, Brasil, Paraguay y Uruguay quieren firmar un acuerdo como bloque con la Unión Europea, pero los obstáculos por parte de Argentina han retrasado que se avance en el tema. (La Nación, 2013).

El Mercosur como proceso de integración económica regional, en la última década ha girado más en torno a cuestiones políticas que las referentes a comercio o economía. Las divisiones al interior son evidentes: Brasil, Uruguay y Paraguay prefieren el pragmatismo. Argentina se ha mostrado en exceso proteccionista y asumió una posición conflictiva frente a sus demás socios, la entrada de Venezuela y la próxima de Bolivia estarán en la línea de Argentina, con lo cual, el éxito y el futuro del Mercado Común del Sur se verá supeditado a un tema de protagonismo y voluntad política, más que al tema económico que los convocó, el agotamiento es evidente.

Respecto al desempleo, se redujo del 17% al 7,9%, impulsado principalmente por el Estado, que sumó cerca de un millón de trabajadores nuevos desde 2003 y respecto a la reducción de la pobreza la economía en 2001-2002, reportó el 54%

de la población vivía por debajo de la línea de pobreza. Una cifra a 2013 informa que según datos oficiales, el gobierno logró reducirla al 5,4%.

Algunas de las políticas de este gobierno incluyen, ampliación de derechos, tanto humanos como civiles, Néstor Kirchner promovió en el Congreso la anulación de las llamadas "leyes del perdón" que garantizaban la inmunidad a muchos acusados de crímenes de lesa humanidad durante el último régimen militar (1976-1983).

Durante la década en el poder del kirchnerismo se amplió enormemente la seguridad social, convirtiendo a Argentina en el país con mayor índice de cobertura social de América Latina, con el 94,3%. Los cambios señalados incorporaron nuevos jubilados que equivalen a más del 40% del total y según algunos expertos representan una carga económica insostenible de cara al futuro.

Otras medidas fueron la re-estatización del sistema de jubilaciones y pensiones que había sido privatizado por el gobierno del Presidente Menem y la asignación universal por hijo, que es una asignación básica ciudadana para todos los niños y niñas menores de 18 años derivados del impuesto a las exportaciones agrícolas con una importante inversión en los denominados sectores populares, sin embargo lo que no resulta tan claro es como con estas medidas se resuelve la pobreza estructural o si se agota en una decisión política de carácter paliativo.

Con el actual gobierno se avanzó en el tema de reconocimiento de derechos y garantías con la aprobación del matrimonio igualitario en el año 2010, asimismo, con la Ley de Identidad de Género, que permite que travestis, transexuales y transgéneros ser inscriptos en sus documentos de identidad con el nombre y sexo de elección, esta ley se aprobó en 2012 al igual otras disposiciones legales que permitieron endurecer las penas para los delitos relacionados con la violencia de género y con los crímenes de explotación sexual y la trata de personas. En 2013 el gobierno promulgó una nueva ley que castiga el trabajo infantil y otra que busca regularizar la situación de más de un millón de empleadas domésticas.

Varios hechos evidencian que estas medidas han causado el enfrentamiento del gobierno con importantes grupos de poder:

• la gestión de gobierno de los Kirchner ha implicado enfrentamientos con históricos grupos de poder: militares (derogación de las leyes del ~~perdón~~ ley de obediencia debida y ley de punto final, y consecuente reapertura de juicios a los militares implicados en la desaparición, tortura y muerte de 30,000 argentinos durante la última dictadura militar, en el exilio de otros miles de connacionales y

en sembrar el terror durante 6 años); organismos financieros internacionales (renegociación de la deuda externa; cancelación anticipada de la deuda con el FMI); nacionalización, en unos casos, y renegociación de contratos, en otros, de empresas privatizadas durante la década precedente (aerolíneas; pensiones, etcétera); el *campo* (política arancelaria que grava a las exportaciones agropecuarias - las más significativas del país - en busca de una redistribución de la riqueza) y los medios (estatización del fútbol; Ley de medios audiovisuales). Estos enfrentamientos describen el cumplimiento del programa de gobierno, cuyo signo es el del cambio radical de la gestión gubernamental frente a las políticas neoliberales imperantes en las décadas precedentes, devolviendo al Estado el protagonismo concedido al mercado. (Repoll, 2010).

3.2. Sistema de medios

En Argentina en 1980 la Junta Militar encabezada por Jorge R. Videla (1976-1980) en medio de la dictadura y represión militar establece el Decreto-Ley (Nº22.285) que reglamentaba la radiodifusión con parámetros que la definían como un servicio comercial y dentro de una lógica de *Seguridad Nacional*.

Su regulación se encontraba a cargo del Comité Federal de Radiodifusión a cargo de las Fuerzas Armadas, el Ejército, la Fuerza Aérea, la Marina y el Servicio de Inteligencia del Estado.

A partir de 1986 se da la expansión de la televisión de pago, y la proliferación de radios como consecuencia de la ausencia de un plan técnico que permitiera licitar o asignar nuevas licencias.

En Argentina, como consecuencia de la des-regulación que provocó cambios en la economía y el aumento de la participación de actores externos, se realizaron importantes inversiones en los medios dando un poder especial a la imagen, medios periodísticos, periodistas, con una posición central en la vida de la democracia.

SEGURA, (2011). Afirma que en la década del 90 durante la primera presidencia de Carlos Menem (1989-1995), con la Ley 23.696 de Reforma del Estado se permite la desregulación, privatización, y desmonopolización estatal lo que favoreció la formación de un mercado oligopólico, con beneficios importantes para dos grandes grupos multimedios, *Telefé* y *Clarín*, los cuales lograron expandirse con el acceso al crédito derivado del proceso de apertura y desregulación promovido por el Régimen de Convertibilidad instaurado en abril de 1991.

En la segunda presidencia de Menem (1995-2000) las empresas de telecomunicaciones de capitales extranjeros y transnacionales de comunicación

adquirieron las principales empresas de radiodifusión con una importante presencia del grupo español CEI-Telefónica como principal agente del sistema.

También se permitió a los grupos mediáticos como el diario Clarín, articularse con empresas de televisión por cable y participar de la privatización de los canales.

Entre 1999 y 2001 se aumentó la presión de diferentes sectores sociales (las entidades gremiales, sociales y universitarias del campo comunicacional) que buscaban democratizar los medios de comunicación en relación con las formas sociales de producción, disputando nuevos sentidos de la política, presionando por el cambio de la normatividad de la dictadura. (Segura, 2011).

El sistema de medios que recoge la administración kirchnerista presenta un alto grado de concentración de la propiedad, con una importante intervención del capital extranjero, conformación de multimedios y una creciente integración patrimonial de sectores con lógicas tradicionalmente divergentes como la radiodifusión, la informática y las telecomunicaciones.

Asume importantes retos entre los que incluye el objetivo de lograr el apoyo de la opinión pública lo cual intenta apoyado en alianzas con los medios de comunicación, lo que para algunos da a entender la sanción de medidas que favorecieron directamente a los grandes multimedios de capitales nacionales y extranjeros que contribuyó a fortalecer y profundizar los mecanismos de concentración económica de los años 90.

En consecuencia el Grupo Clarín considerado como el principal grupo multimedios de Argentina logra en el gobierno de Néstor Kirchner una extensión de sus licencias de televisión y radio por diez años lo que le permitió ser el mayor operador de cable de Argentina.

También durante la presidencia de Néstor Kirchner el gobierno plantea como estrategia frente a los medios de comunicación, la discrecionalidad en la distribución de la pauta de publicidad oficial, buscar espacios de comunicación directa sin intermediación de los periodistas dejando de lado su exclusividad como mediador del Estado y la sociedad civil, también promovió un fuerte control vertical de las fuentes y cuestionó la denominada mirada independiente de los acontecimientos registrada por los medios.

En el año 2007 el presidente Néstor Kirchner fue sucedido por su esposa, la senadora Cristina Fernández, y se acentúan las diferencias, al intentar apoyar la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual tendiente a democratizar los

medios oligopólicos, y que tiene la intención de dividir de forma plural y diversa el espacio informativo, regulando el acceso y los contenidos.

3.3. La Coalición por una Radiodifusión Democrática

Las organizaciones del sector social promovieron el cambio en las comunicaciones impulsadas por las crisis económicas y sociales en el año 2001-2002 buscando dar nuevo sentido a la política y la democracia al incluir nuevas demandas en el escenario público y ser reconocidos legítimamente como sujetos políticos.

Algunas de las estrategias promovidas desde los movimientos sociales buscaron apoyo y asesoría en los colectivos de comunicadores para adquirir visibilidad y exponer sus demandas, y la búsqueda de escenarios con diferentes actores que evidenciaran la necesidad de reivindicar a la comunicación como un derecho universal.

El año 2003 es un periodo de transición en el que se da importancia al control y seguimiento al derecho a la comunicación, libertad de expresión y el derecho a la información con comisiones de control y seguimiento. Se produjeron iniciativas de organizaciones vinculadas a la comunicación de nuevas leyes y regulaciones del área.

Así mismo, se desarrollan propuestas diversas que en general se basaban en el modelo de la comunicación como derecho humano universal, de servicio público esencial para la política, la democracia y la ciudadanía y que respondían a la crisis de representación de las instituciones políticas y la falta de credibilidad de los medios.

La Coalición por una Radiodifusión Democrática presenta por primera vez en el año 2004 veintiún (21) Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación², los cuales fueron negados como consecuencia a que en el año 2005 el decreto 527 del entonces presidente Néstor Kirchner suspende por diez años el vencimiento de las licencias a los propietarios de los medios masivos de comunicación, dejando vigentes las condiciones adquiridas.

² Un punto por cada año transcurrido desde la recuperación de la institucionalidad democrática.

En marzo de 2008 el Gobierno impulsó la discusión pública sobre la estructura y funcionamiento del sistema de medios y se convocó a la sociedad Civil a discutir las bases de la reforma.

En ese momento la Coalición por una Radiodifusión Democrática, un grupo de más de 300 organizaciones sociales, comunitarias, de derechos humanos, sindicales, además de pequeñas y medianas empresas nuevamente propuso una lista de 21 Puntos Básicos por el Derecho a la Comunicación que según su criterio, debían ser incluidos en la nueva ley de radiodifusión que reemplazaría a la sancionada por la dictadura. Basa su propuesta en los derechos humanos, en los relatores de libertad de expresión y en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información.

La propuesta de la nueva norma se funda en la tradición, los valores y las luchas por la democracia, la participación ciudadana, el Estado de Derecho y los derechos humanos, por oposición a la dictadura y las consiguientes violaciones a estos derechos, la prohibición y represión de la participación y el irrespeto a la institucionalidad constitucional. Se destaca la centralidad de la libertad de expresión, la pluralidad informativa, el acceso a la información pública y la diversidad cultural para asegurar la vigencia de esos derechos. Estos valores implican además configurar la comunicación como un bien social y, por lo tanto, público. (Segura, 2011).

Después de varios intentos fallidos para presentar el proyecto ante el congreso, la Propuesta de Proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es presentada en marzo de 2009 en el Teatro Argentino de La Plata en la que se reconoce la libertad de expresión e información como un derecho humano universal que debe ser garantizado por el Estado y le establece herramientas para evitar la formación de monopolios y oligopolios, así como la restricción de frecuencias y equidad entre sectores.

Para su discusión se realizan en los cuatro meses siguientes 24 Foros Participativos de Consulta Pública en todas las provincias del país, 80 charlas en todo el país, que junto con cartas y mails, generaron opiniones que se recogieron para modificar el proyecto antes de ser enviado al Congreso.

Con la aprobación de la ley en el Congreso de la Nación el 9 de octubre de 2009, varios integrantes de la Coalición hicieron parte de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

También cuando fue obstaculizada la implementación de la ley, la Coalición nuevamente se moviliza en su defensa con diferentes marchas para apoyar su puesta en vigencia.

3.4. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 se planteó como objetivo desconcentrar y desmonopolizar el mercado mediático, además de actualizar la legislación para adecuarse a las nuevas tecnologías lo que implica pasar de una mirada centrada en el mercado a una centrada en los derechos. (Secretaría de Comunicación Pública, 2012).

Sus contradictores consideraron que era una estrategia para ampliar el control sobre los medios y sus contenidos y de crear otro modelo de concentración bajo la injerencia del Estado, que en el trasfondo pretendía afectar al Grupo Clarín, considerado como el principal multimedios argentino el cual se encontraba en oposición a las políticas de los Kirchner.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual LSCA fue aprobada en la Cámara de Diputados el 17 de septiembre de 2009, con 147 votos a favor, 4 en contra y una abstención, el 10 de octubre fue ratificada por el Senado, con 44 votos a favor y 24 en contra.

A continuación, entre otros, se destacan los siguientes objetivos de la Ley:

1. La promoción y garantía del libre ejercicio del derecho de toda persona a investigar, buscar, recibir y difundir informaciones, opiniones e ideas, sin censura, en el marco del respeto al Estado de derecho democrático y los derechos humanos, conforme las obligaciones emergentes de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y demás tratados incorporados o que sean incorporados en el futuro a la Constitución nacional.
2. La construcción de una sociedad de la información y el conocimiento, que priorice la alfabetización mediática y la eliminación de las brechas en el acceso al conocimiento y las nuevas tecnologías.
3. La promoción de la expresión de la cultura popular y el desarrollo cultural, educativo y social de la población.

4. El ejercicio del derecho de los habitantes al acceso a la información pública.
5. El desarrollo equilibrado de una industria nacional de contenidos que preserve y difunda el patrimonio cultural y la diversidad de todas las regiones y culturas que integran la Nación.
6. La administración del espectro radioeléctrico con base en criterios democráticos y republicanos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en su acceso por medio de las asignaciones respectivas.
7. La norma aprobada cuenta con más de 161 artículos, los cuales buscan regular a todos los medios audiovisuales de comunicación, (radio, televisión abierta, televisión por cable y por satélite). Debido a que utilizan el espectro radioeléctrico que es un recurso finito, no todos pueden acceder a los medios de comunicación debido a la restricción del espacio para la circulación de ondas.

Esta ley no abarca a los medios gráficos o a la prensa escrita por considerar que todos podrían tener sus propios diarios, ya que no hay limitaciones para su emisión a excepción de los económicos. Sin embargo este punto ha sido ampliamente cuestionado casi desde la aprobación misma de la ley por considerar que ya desde su planteamiento se quedaba obsoleta frente a las innovaciones tecnológicas, la internet y los nuevos medios impresos. Con el fin de impedir la formación de monopolios y oligopolios, el proyecto de ley pone límites a la concentración, fijando topes a la cantidad de licencias por tipo de medio.

La norma reduce de 24 a 10 los servicios abiertos de radio y televisión en poder de un solo dueño, la ley prohíbe a una empresa dueña de un canal abierto ser también proveedor del servicio pago de televisión por cable en la misma zona.

La ley realiza el reparto del espacio radioeléctrico en distintos sectores con una división de 33% de las frecuencias para medios públicos, 33% para medios privados con fines de lucro, y 33% para medios sin fines de lucro. Por otra parte la ley establece un límite para la participación de capitales extranjeros en los medios en el 30% del paquete accionario de una empresa.

La ley también fija cuotas para contenidos nacionales y las producciones independientes que deben respetar las emisoras, canales de televisión abierta o por cable; señala que el 60% de la televisión abierta debe ser hecho en

Argentina, respecto a la radio privadas deberán emitir un mínimo de 70% de producción nacional y el 30% de la música transmitida también deberá ser argentina, salvo en el caso de emisoras temáticas o destinadas a colectividades extranjeras.

Los servicios de televisión por cable, deberán incluir como mínimo una señal de producción local propia, así como canales originados en el Mercosur y en otros países de la región latinoamericana.

Estableciendo el acceso universal para la transmisión de eventos relevantes, la ley garantiza la transmisión abierta de los acontecimientos tanto deportivos como informativos que se declaren de interés relevante, entre ellos, la transmisión de los partidos de fútbol del campeonato nacional.

El artículo 45 es uno de los más importantes en cuanto a las limitaciones sobre el control y propiedad de la industria, al regular las licencias, según sea su composición y presencia geográfica.

Por otra parte el artículo 161 señala que:

La adecuación a la que están obligados los titulares de licencias de los servicios y registros regulados por esta ley, que a la fecha de su sanción no reúnan o no cumplan los requisitos previstos por la misma, o las personas jurídicas que al momento de entrada en vigencia de esta ley fueran titulares de una cantidad mayor de licencias, o con una composición societaria diferente a la permitida, deberán ajustarse a las disposiciones de la presente en un plazo no mayor a un (1) año desde que la autoridad de aplicación establezca los mecanismos de transición. Vencido dicho plazo serán aplicables las medidas que al incumplimiento · en cada caso· correspondiesen. Al solo efecto de la adecuación prevista en este artículo, se permitirá la transferencia de licencias (Art. 161).

Los organismos que controlan el cumplimiento de la ley en distintas instancias son:

1. La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (en reemplazo del COMFER³), es un ente política y económicamente autónomo que se financia con fondos del Presupuesto Nacional además de gravámenes a pagar

³ El organismo está diseñado siguiendo las pautas de la Doctrina de la Seguridad Nacional dirigido por siete miembros; el ejército, la armada, la Fuerza Aérea, la Secretaría de Información Pública, Secretaría de Estado de Comunicaciones, la asociación de licenciarios de radio, la asociación de licenciarios de televisión.

por los licenciatarios de Servicios de Comunicación Audiovisual y lo recaudado por la aplicación de multas. Es el encargado de otorgar licencias o declararlas caducas, así como de sancionar las violaciones a las normas por parte de las empresas. Este organismo está conformado por 7 miembros designados por el ejecutivo, 3 de ellos en representación de la primera, segunda y tercera minoría parlamentaria y 2 propuestos por el Consejo Federal de Comunicación, debiendo ser uno de ellos un académico representante de las universidades relacionadas con la comunicación.

2. Consejo Federal de Comunicación Audiovisual: Integrado por un miembro de cada provincia y representantes de las distintas fracciones que integran el sector: tres (3) representantes de los prestadores comerciales, tres (3) de las entidades sin fines de lucro, uno (1) de las emisoras universitarias, uno (1) de las universidades que dictan la carrera de comunicación, un (1) representante de los medios públicos y dos (2) representantes de los trabajadores.

Entre sus funciones además de designar dos representantes para la AFSCA y otros dos para Radio y Televisión Argentina S.E.; tienen la posibilidad de remover a cualquiera de los miembros de AFSCA; elegir el jurado que otorga las licencias en los concursos; participar en la designación de los criterios para adjudicar licencias; dar un informe detallado tanto frente a la AFSCA como a la comisión bicameral del congreso, entre otras.

3. Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual encargada de atender las consultas, reclamos y denuncias de la audiencia, tiene como función la de representar los intereses de los espectadores, haciendo seguimiento de los casos e informando a las autoridades pertinentes.

En general la Ley busca disminuir la concentración del mercado audiovisual, con la eliminación del monopolio y la promoción de la industria cultural nacional con la participación de diferentes sectores en su control y seguimiento.

3.5. Grupo Clarín

Hablar de la LSCA y del sistema de medios en Argentina, implica necesariamente hacer referencia al Grupo Clarín tanto por su peso en la historia de los medios del país como por su relación con los gobiernos Kirchner que ha marcado una parte importante de la vida política reciente del país. Señalar en primera instancia que pese al antagonismo alcanzado en los últimos años, no siempre fue de ese modo,

hubo una relación cordial y conveniente entre Néstor Kirchner y el Grupo durante la gestión de Kirchner, pero el vínculo empezó a deteriorarse en la recta final de su mandato, aun cuando el mandatario hizo concesiones al Grupo días antes de dejar su cargo ya se percibía cierto malestar durante la campaña de su esposa Cristina Fernández de Kirchner, con miras a la presidencia, transcurría el año 2007. El momento evidente fue la crisis del campo, cuando Cristina llevaba pocos días en su cargo de presidente, el cubrimiento de Clarín y la forma de presentar la información marcó lo que sería el final de una amistad conveniente entre las partes. Luego, cuando se empezó a promover la Ley de Medios desde los sectores críticos al gobierno se redujo la ley a la disputa con Clarín, percibida como un instrumento legal que buscaba acallar a los medios, desde el gobierno se asumió el discurso de democratización de la palabra frente al poder corporativo de los medios. Esa tensión tomó fuerza y ha permitido evidenciar esos rasgos del nuevo populismo, un populismo radical de la presidente Fernández de Kirchner que se mueve en una lógica amigo-enemigo, patria-antipatria.

Clarín interviene en el sector de medios desde 1945 a partir del diario del mismo nombre, en la década de los ochenta es una empresa monomedia que se diversifica en la década de los noventa, es ampliamente reconocida por su producción de contenidos en América Latina, logra desplegar una extensa red de distribución de televisión, radio, telefonía celular y televisión satelital, como resultado de una política de endeudamiento que en muchos casos lo ha llevado a cuestionar su capacidad de permanecer libre de un colapso financiero .

La década de los noventa es una época que estuvo marcada por la necesidad de financiación, se dio el aumento en la adquisición o fusión del control de las empresas del sector mediático, llegando a consolidarse como grupos dominantes. Clarín y Telefónica, se destacan por la cantidad de medios que poseen y el alcance nacional frente a los medios regionales.

Clarín se consolida en 1995, como respuesta a los grandes operadores internacionales del sector a través de recursos provenientes del crédito.

El diario Clarín cuenta con la mayor participación en el mercado del mercado de la prensa gráfica, de los 180 diarios que se calcula existen en Argentina, Clarín concentra el 31 % del mercado, alcanzando el 40,5 % de participación en los ingresos del sector. El Grupo cuenta con empresas de radiodifusión como Radio Mitre, segunda radio en audiencia de amplitud modulada, Canal 13, segundo canal en audiencia de la televisión abierta y FM 100, radio líder de frecuencia modulada. En el mercado de la Televisión pagada, a través de su empresa

Cablevisión, el Grupo Clarín controla el 48,9 % de los inscritos además de contar con el mercado de internet con Fibertel.

En la actualidad, Clarín es el periódico de mayor circulación, un promedio de tirada de 259.323 ejemplares de lunes a sábado y con ventas los días domingos de 581.362 ejemplares.

El seguimiento a algunas políticas promovidas por los gobiernos de los Kirchner evidencia que los cambios en las políticas de Estado conllevaron a tener que enfrentarse a diferentes sectores, uno de estos es el sector agropecuario; en especial los productores de soja cuando se implementó un impuesto a sus exportaciones.

Este hecho fue considerado como el catalizador del enfrentamiento de la protesta agraria y fue el momento en que se hizo evidente la distancia del Grupo Clarín con el gobierno, que tendría enormes repercusiones y cambiaría drásticamente el mapa de medios del país, como se enunció en líneas anteriores, estos hechos hacen que explote el conflicto entre el Grupo Clarín y el gobierno de Cristina Fernández, pero la tensión había comenzado tiempo antes aun cuando no de forma explícita y definitiva y al revisar más atrás la relación no fue antagónica, incluso, Néstor Kirchner firmó antes de dejar el poder, el decreto que le otorgaba a Clarín la autorización para suministrar el servicio de cable en Argentina, con lo cual, se intuye la violación de la ley antimonopolio. Es decir, el Grupo Clarín gracias a Néstor Kirchner obtuvo una extensión de sus licencias de TV y radio por diez años y logró formar el mayor operador de cable de Argentina gracias a la obsecuencia del primer mandatario, pero al poco tiempo y ya con Cristina Fernández al frente del gobierno, pasó a convertirse en el principal enemigo del gobierno.

El Grupo Clarín promovió desde su diario, las radios y canales de televisión de aire y cable en ocasión del conflicto agrario del año 2007 y durante la fase inicial del primer mandato de Cristina Fernández, las masivas protestas, el desabastecimiento y los cacerolazos en las ciudades.

Frente a esta situación el gobierno inicia una campaña que deja entrever a los ciudadanos cómo los medios de comunicación mantienen sus intereses frente a la responsabilidad de informar y da sus primeros pasos para apoyar una nueva ley de medios, percibida por los más escépticos como el mecanismo legal para castigar a Clarín.

Con la aprobación de la Ley N° 26.522 Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual en Argentina, el Grupo Clarín resultó ser el principal afectado, la nueva norma, lo obliga a desprenderse de licencias y medios con el fin de desconcentrar el mercado audiovisual, en consecuencia este inicia diferentes acciones ante la justicia que han evitado hasta ahora tener que vender algunas de sus empresas y le han permitido no desinvertir hasta el momento.

Por otra parte algunas de las medidas del gobierno que han afectado directamente los intereses del grupo multimedios Clarín son la estatización de las transmisiones de los partidos de la liga local, en detrimento de un contrato de exclusividad por los derechos televisivos que tenía firmado la empresa Televisión Satelital Codificada (TSC), en la que Clarín tiene participación, el programa Fútbol Para Todos que permitió la exhibición pública y gratuita de los partidos por la televisión estatal, también en la nueva Ley se prohíbe que un mismo dueño tenga un canal de televisión abierta y otro de cable en la misma zona del país, lo que obligaría al Grupo a desprenderse de Canal 13 o bien resignar el redituable negocio de la TV por cable.

Por otra parte Clarín ha desafiado la cláusula más controversial de la ley, el artículo 161, argumentando que viola la Constitución al forzar a empresas a vender licencias de radio, televisión o televisión por cable adquiridas con anterioridad, pero no ha sido ese el único artículo de la Ley que le generó rechazo al Grupo. Clarín interpuso recursos legales para obtener medidas cautelares, esto es, una medida procesal que detiene provisoriamente el efecto la ley para los artículos que consideró vulneraban sus derechos adquiridos, hasta tanto se discutiera la legalidad de tales artículos.

Cuando se aprobó la Ley de Servicios Audiovisuales, el Grupo Clarín demandó la inconstitucionalidad de algunos artículos y se emitió en favor de Clarín, medidas cautelares para detener provisoriamente la obligación de cumplimiento sobre los mismos hasta tanto se discutiera la legalidad de la Ley. Ese es el recurso con el que se cuenta para solicitar protección a la justicia cuando se considera que se viola un derecho. En ese sentido, la decisión de la Corte Suprema al declarar, el pasado 29 de octubre, la completa constitucionalidad de la ley lo que se hizo revocar las medidas cautelares dictadas en primera y segunda instancia por un juez. Por tanto y a partir de la decisión de la Corte, el Grupo se vio obligado a acatar y a cumplir la ley en su totalidad y procedió a presentar el plan de adecuación a la AFSCA.

Algunas de las medidas tomadas por Clarín para impedir la aplicación de la ley incluyen, según versión oficial:

El Grupo Clarín S.A., Arte Radiotelevisivo Argentino, Cablevisión S.A., Multicanal S.A., Radio Mitre S.A. y Teledigital Cable S.A. solicitaron el 1º de octubre de 2009 una medida cautelar para suspender el tratamiento legislativo de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. El Juez Nacional en lo Civil y Comercial Federal Nº 1 rechazó el pedido por resolución del 9 de octubre de 2009.

Ante la promulgación y publicación del proyecto de Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, solicitó por escrito el 26 de octubre de 2009 (fs.250/262), que se dictara una medida de no innovar suspendiendo la aplicación de los artículos 41 y 161 de la ley 26.522. El primero, al prohibir la transferencia de autorizaciones y licencias las quita del comercio con carácter retroactivo; y el segundo, otorga un plazo no mayor a un año para retirar aquellas licencias que le pertenecen y que exceden la cantidad legalmente autorizada.

El Juez hizo lugar a la medida suspendiendo la aplicación de los arts. 41 y 161 de la ley 26.522. El Estado Nacional apeló la medida y la Sala uno de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal, confirmó la medida cautelar sólo respecto del artículo 161 de la ley 26.522.

El Estado Nacional interpuso el 5 de octubre de 2010 un recurso extraordinario federal ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación, el cual fue desestimado por falta de sentencia definitiva.

El 19 de Octubre de 2010 el Estado Nacional solicitó al juez de primera instancia el levantamiento de la medida cautelar con fundamento en la sustancial modificación a que daba lugar la resolución 297/2010 de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA; BO del 08-9-2010). En subsidio, solicitó que se fijara un límite razonable para la vigencia de la medida precautoria. El 9 de noviembre de 2010, el juez de primera instancia desestimó la fijación de un plazo.

Ante la apelación del Estado Nacional, la Cámara de Apelaciones, mediante sentencia del 12 de mayo de 2011 impuso un plazo de 36 meses para la vigencia de la cautelar, contados desde la notificación de la demanda.

El Estado Nacional interpuso recurso extraordinario, cuya denegación motivó la presentación de la queja ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación solicitando la revocación de la cautelar.

El Procurador General de la Nación, Esteban Righi, emitió su dictamen el 19 de diciembre de 2011, en el que se pronunció por la revocación de la medida cautelar.

El 22 de Mayo de 2012 la Corte Suprema resolvió que la medida cautelar debe mantenerse porque ya se ha dictado sentencia de la Corte en esta misma causa y en el mismo sentido con fecha 5 de octubre de 2010. Además dicha cautelar no afecta de ningún modo la aplicación general de la ley 26.522. Que el plazo de treinta y seis meses fijado por la Cámara no resulta irrazonable y se ajusta a los tiempos que insume la vía procesal intentada, pero que no puede contarse a partir de la notificación de la demanda (como dice la Cámara), sino desde la notificación de la cautelar, ordenada el 7 de diciembre de 2009. Con ello se resuelve que el plazo de 36 meses de la cautelar se cuenta a partir del 7 de diciembre de 2009 y vence el 7 de diciembre de 2012. En consecuencia, estando vencido el plazo legal, y por efecto de la finalización de la cautelar, a partir del 7 de diciembre de 2012, el 7D, vence la suspensión del art. 161 de la ley 26.522 con respecto al Grupo Clarín.

En consecuencia este breve recuento muestra cómo la existencia en la Argentina de un sistema de medios sin regulaciones conllevó a una importante vinculación con los gobiernos democráticos y militares que le permitió al grupo crecer y desarrollarse aprovechando la legislación, llevando al Grupo Clarín a la posición actual del multimedio y afectando la pluralidad de la información en el país.

3.6. Movilizaciones y redes sociales

Las diferencias entre el gobierno y el grupo Clarín se han dado en diferentes escenarios en los cuales es evidente la polarización de las posturas debido a la importante influencia de ambos actores y sus tensiones que han dividido al país.

Puede entenderse como efecto de la polarización social y política que vive el país, los ánimos exacerbados de los ciudadanos que utilizan espacios virtuales como las redes sociales de manera permanente para lanzar acusaciones a favor y en contra del gobierno, en contra cuando hacen referencia a la censura que desde el Estado trata de imponerse a medios no oficiales y a utilizar al aparato del Estado para beneficiar al gobierno. A favor cuando se reivindican las

disposiciones legales, en ese caso a través de la Ley, para promover la democratización de la información+.

El clima de tensión puede evidenciarse en la forma en que se presenta la información, los titulares, los contenidos, por ejemplo en titulares como "Nuevo atropello de inusitada gravedad institucional+", en la editorial del mes de octubre de 2012 del diario La Nación, donde se afirma que "el Gobierno utiliza la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como instrumento para silenciar a la prensa independiente y, a la Afsca, como los verdugos ejecutantes+." (La Nación, 2012).

En octubre de 2012 el Gobierno transmitió un spot televisivo de cuatro minutos advirtiendo a Clarín que el Estado subastaría las licencias en "exceso" si la compañía falla en cumplir la ley. (Televisión Pública Digital, 2012).

El grupo mediático respondió con otro spot diciendo que "nada debería pasar". (Canal oficial de Grupo Clarín, 2012). Pero, el portavoz de Clarín, Martín Etchevers, consideró que el spot del Gobierno es "una clara amenaza" donde el objetivo político es el de silenciar cualquier medio independiente que quede en la Argentina y el objetivo económico probablemente sea también intentar beneficiar a algunos de los grupos de amigos que en los últimos años se han quedado con gran parte de los medios de comunicación en la Argentina. (El Periódico de México, 2012).

En medio de la polarización se han pronunciado diferentes organizaciones que se suman a las partes y ejercen su poder a favor o en contra. Allí están la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), la Asociación Mundial de Periódicos y Editores (WAN, por sus siglas en inglés), la Asociación Internacional de Radiodifusión (AIR), el Instituto Internacional de la Prensa (IPI), la Asociación Mundial de Revistas y el Comité Mundial de Libertad de Prensa. En un encuentro del Comité Coordinador de Organizaciones de Libertad de Prensa se afirmó la política de "hostigamiento" y "discriminación" del gobierno de Cristina Kirchner hacia los medios de comunicación "no afines" y que a partir de la utilización de la publicidad oficial "premiar o castigar las líneas editoriales, así como la amenaza de caducidad de las licencias, la cooptación de medios y el uso de organismos del Estado para perseguir judicial o administrativamente a directivos y periodistas+." (La Nación, 2012).

Por otra parte la Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa expresó en el año 2012 que parte de los problemas que enfrentan los periódicos

impresos son la violencia a los periodistas y la denominada intolerancia de los gobiernos autoritarios que amenazan la libertad de expresión en el continente.

Acusan a algunos gobiernos y a sus medidas de regulación, denuncian la discriminación de la publicidad oficial e inmensos aparatos mediáticos estatales y privados utilizados para difamar y hacer campañas de desprestigio, como una forma en que los presidentes de los países buscan silenciar al periodismo independiente en Argentina, Ecuador y Venezuela. Informes que se oponen a los realizados por ~~Reporteros Sin Fronteras~~ en los que el panorama es favorable para los periodistas.

Realizando declaraciones de apoyo en relación con la ley en Argentina

Reporteros sin Fronteras reitera su apoyo a los principios generales de esta ley y aprueba su aplicación. Sin embargo, la organización lamenta que ésta aparezca en medio de un clima perjudicial para los mismos periodistas, provocado tanto por el gobierno como por los grupos de prensa hostiles a la ley. Clarín a la cabeza. La SCA [Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual] no debería haberse convertido en rehén de la actual polarización del país. (Reporteros Sin Fronteras, 2013).

Es claro que la sociedad argentina está dividida, prueba de ello son las movilizaciones que legitiman y respaldan al gobierno o las acciones de protesta, manifestaciones y cacerolazos que reclaman por la corrupción gubernamental, los controles de cambio de divisas, la tensión con los medios y la cooptación de poderes por parte del poder ejecutivo, como dieron cuenta las expresiones del 13 de septiembre y del 8 de noviembre 2012, asimismo, las del 18 de abril y del 25 de mayo, que contaron con amplia difusión mediática. (UN Radio, 2012).

Las consecuencias de la tensión entre el gobierno y el Grupo Clarín, han sido para este último, sobretudo económicas. Según registraron algunos medios a finales de octubre, tras el fallo de la Corte Suprema que declaró constitucional la Ley de Medios de Medios las acciones del Grupo Clarín empezaron a bajar y la empresa empezó a perder valor de cara al proceso de desinversión al que la obliga la norma aprobada hace cuatro años. Las acciones de Clarín cayeron tanto en Argentina como en el exterior. (Tiempo Argentino, 2013).

En cuanto a la popularidad de Cristina Fernández sufrió una clara caída el año anterior, la encuesta de Management & Fit en 2012 señaló que seis de cada diez argentinos desaprobaba su gestión y más del 80% se oponía a una eventual nueva re-reelección. Además, un sondeo de Poliarquía reveló que un 40% de los

consultados cree que la jefa de Estado está perdiendo el control del Gobierno, mientras que un 20% está convencido de que ya lo ha perdido.

El analista Patricio Giusto señaló que entre las razones del desgaste está:

un déficit de gestión, con improvisación y decisiones radicalizadas, como la expropiación de YPF, y el cepo del dólar, lo que genera una división con la clase media, un sector que en parte apoyó a Cristina hace un año en las elecciones de 2011. (Infolatam, 2013).

A comienzos de 2013 se registraba un 30% de popularidad para la presidenta, popularidad moderada atribuida al manejo económico del país y a la propuesta de algunos sectores del oficialismo para abrir la puerta a una enmienda constitucional que permitiera la re-reelección presidencial, adicional a lo anterior, el discurso beligerante de la mandataria con el Grupo Clarín, con los medios, periodistas y con la oposición o con todo el que se animara a cuestionar algunas acciones o actitudes del gobierno y de la presidenta, como ocurrió con el actor Ricardo Darín. (La Nación, 2013).

A mediados de noviembre se publicó que la presidenta Cristina Fernández de Kirchner retomaría sus actividades con una popularidad de 53% que refleja un ascenso en la imagen positiva según el Centro de Estudios de Opinión Pública, luego de 47 días de licencia por razones de salud que la mantuvieron alejada del poder. (Página 12, 2013).

A tres años de sancionada la ley, el titular del AFSCA informó: el día 18 de octubre de 2012 informa:

Sabbatella consideró que durante estos tres años hubo dos grandes ejes que dominaron el tránsito de la ley. En uno, señaló, se pudo avanzar. Mencionó entonces la autorización de nuevas licencias, las reservas de nuevas frecuencias, el acceso a los medios por parte de organizaciones sociales, la creación de nuevos contenidos, etc., como puntos destacados; mientras que en el otro no se avanzó a causa de quienes tuvieron acciones concretas para obstaculizar la ley. No se pudo avanzar en lo que respecta a la eliminación de la concentración, un hecho que fue frenado; indicó. Pero agregó que ya está en marcha el proceso para aplicar en su totalidad la ley. (Portal de noticias de la Casa Rosada, 2012)

3.7. Publicidad oficial

Otra de las críticas al gobierno se encuentra relacionada con la pauta oficial, que ha favorecido a algunos medios y ahogado económicamente a otros. Por otra parte, el kirchnerismo ha dado un importante impulso a los medios públicos, realizando millonarias inversiones y cambios en la programación del estatal Canal 7, la estatización de la transmisión de los partidos de fútbol y la creación de señales públicas nuevas como el educativo Canal Encuentro, el infantil Paka Paka e Inca TV.

La presión económica sobre la prensa crítica se acentuó a comienzos de 2013 cuando el secretario de Comercio Interior, Guillermo Moreno, comunicó con su particular estilo que el congelamiento de precios que impuso, se acompañaría de la prohibición a las cadenas de supermercados y de electrodomésticos para que publiquen avisos en los diarios de circulación nacional, televisión y radios nacionales. (La Nación, 2013).

Así mismo, el kirchnerismo se ha mantenido alejado del contacto con el periodismo, prefiriendo los anuncios casi semanales por cadena nacional y la comunicación directa a través de las redes sociales Twitter con mayor intensidad y Facebook en el último tiempo.

El presidente Néstor Kirchner nunca ofreció una conferencia de prensa y su esposa Cristina Fernández ha realizado muy pocas.

Néstor Kirchner como orador fue más del modelo del clásico político argentino: hablaba siempre a la tribuna. El caso de Cristina Kirchner es diferente. Tiene un estilo muy particular de comunicación. Tiene momentos de oradora de tribuna, otros con un discurso más pedagógico, mezclado con la advertencia o la crítica a la oposición. En ella está mucho más explotado todo el imaginario evitista, una cosa más explícita y deliberada (õ) El "personaje" de Cristina, además de ser distinto al de Néstor, sufrió modificaciones propias del paso de los capítulos. Su comunicación fue a base de cadenas nacionales en un momento, de teleconferencias en otro, después llegó la pasión por Twitter y ahora, un nuevo formato: Desde otro lugar (õ) El programa tiene como primera figura a la Presidenta aunque siempre con un invitado especial: un periodista elegido por la Casa Rosada. La duración de cada emisión (que es un fragmento de entrevista) es variable, igual que el día y el canal de su transmisión (aunque la TV Pública y Radio Nacional son fijos), y su frecuencia (õ) Es una estrategia muy habitual la de querer controlar el mensaje y crear situaciones amigables, donde no haya periodistas que los desenfocan. Esto no es único del populismo ni del kirchnerismo. Aquí la diferencia es que se hace de esta forma mientras no se hacen otras formas de comunicación con la prensa. (Waisbord, 2013).

En días recientes se publicó en diferentes medios la noticia de una licitación que abrió el gobierno nacional para que un equipo de cámaras siga a la presidenta durante todo el día y refleje su actividad en tiempo real, se entiende al estilo del formato que manejan los reality. Tendrá 3 equipos tomándose turnos de 8 horas cada uno. Hasta ahora hubo una sola oferta por más de 50 millones de pesos, se pretende que un equipo de comunicación la siga y filme las 24 horas del día, en cualquier lugar del mundo. Todo esto, en razón de los quebrantos de salud que mantuvieron alejada a la mandataria durante casi 50 días y que ahora que retoma funciones tendrá que disminuir su ritmo de trabajo habitual, así las cosas, el equipo presidencial supuso este plan para mantener a la presidenta de forma presente en la vida cotidiana de los argentinos en lo que queda de su mandato. (La Política Online, 2013).

La televisión pública del Estado en ocasiones opera como maquinaria de propaganda gubernamental y la pauta oficial como sistema de premios y castigos, prueba de ello es lo que ocurre con el programa 6, 7, 8 en el cual el Estado nacional paga hasta dos millones de pesos al mes por el programa. (Gvirtz, 2013). La observación y seguimiento permiten concluir que el gobierno Kirchner ha utilizado los medios públicos del Estado, como la televisión pública, para legitimar su relato y discurso a través de programas que se encargan de polarizar a las audiencias. No hay pluralismo, sólo se presenta la versión que favorece al gobierno, son programas de evidente militancia en el que se ridiculiza a la oposición y a periodistas críticos que denuncian las prácticas políticas de los funcionarios del Estado.

De otra parte la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación audiovisual en su informe anual sobre contenidos de la televisión abierta en el país durante el año 2011 realizó observaciones encaminadas a visualizar la evolución de la adecuación a la Ley 26.522 y concluye que:

El funcionamiento del sistema mediático se encuentra en un proceso lento de adecuación a lo que establece la Ley 26.522. Los cambios a lo realmente existente que promueve la nueva normativa son tan profundos que obligan a la transformación de varias lógicas en simultáneo (económicas, productivas e, incluso, creativas). Este proceso es indispensable, no sólo para cumplir con la ley, sino también para construir un nuevo modelo que albergue todas las voces y garantice la pluralidad y diversidad de prestadores, formatos y perspectivas. Para ello es insustituible la presencia y acción efectiva del Estado. (Universidad Nacional de Cuyo, 2012).

En los primeros días de noviembre, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, presentó el informe que da cuenta de la gestión de Martín Sabbatella como titular de la AFSCA y destacó que:

la adjudicación de 54 licencias de servicios de cable, de las cuales dos de cada tres fueron para cooperativas" y la realización de "160 autorizaciones de servicios para el sector público". De esas 160 autorizaciones, 17 fueron para provincias y municipios, 96 para escuelas e institutos educativos, 2 para universidades, 20 para pueblos originarios y 25 para la Iglesia Católica (õ) en este período también se realizaron concursos públicos de FM en Mendoza, Salta, Tucumán y Santiago del Estero entre diciembre de 2012 y julio de 2013; se presentaron 301 ofertas a esos concursos y se adjudicaron ya 49 licencias (õ) mientras que "desde octubre se adjudicaron 263 licencias de servicios de comunicación y se habilitaron 202 licencias que ya habían sido otorgadas y tenían el trámite pendiente".

Se resaltó "el reordenamiento y creación de delegaciones regionales, llegando a 36 en todo el país" En el informe se detalló también que se adjudicaron "en forma directa 24 licencias en localidades vulnerables" y se resaltó "el reordenamiento y creación de delegaciones regionales, llegando a 36 en todo el país" (õ) subrayaron la realización de "Mesas Territoriales de Participación en Comunicación Audiovisual con delegaciones y actores locales; los 105 talleres de Promoción de la Comunicación Popular Audiovisual; 13 talleres del ISER en delegaciones; y los Seminarios sobre el abordaje periodístico de la trata de personas como así también el asesoramiento a cooperativas que brindan servicios de cable" (õ) Por otra parte, se llevaron a cabo 300 encuentros de trabajo con organizaciones vinculadas a la comunicación comunitaria (õ) en el informe también se destacaron los convenios firmados con Cultura, Educación, Trabajo, Seguridad, INAI, INTA e Industria para capacitación; la articulación con la AFIP para optimizar el sistema de Gravámenes y Sanciones y la construcción de la Red Nacional Jóvenes por la Comunicación. (Telam, 2013).

3.8. Hechos recientes

La Corte Suprema de Justicia declaró la constitucionalidad general de la Ley de Medios, el pasado 29 de octubre, con mayoría de votos, a favor, de los jueces: Lorenzetti, Highton, Petracchi, Argibay, Maqueda y Zaffaroni; y, la disidencia del Dr. Fayt. (Agencia de Noticias del Poder Judicial, 2013).

La Corte señaló que deben protegerse los derechos de propiedad de los licenciatarios mediante una indemnización y aseguró que es en la etapa de aplicación de la ley en donde deben resolverse muchas de las cuestiones que se plantearon en este juicio. Los jueces afirmaron que deben existir políticas transparentes en los subsidios y la publicidad oficial; que los medios públicos no deben ser meros instrumentos de apoyo a una política de gobierno, o una vía

para eliminar voces disidentes; el AFSCA debe ser independiente y la ley debe ser aplicada respetando la igualdad y el debido proceso.

En cuanto a los criterios de aplicación la Corte señaló lo siguiente:

- La Corte no tiene la función de establecer si la ley 26.522 se adecúa a los avances tecnológicos, si es obsoleta, incompleta o inconveniente, o si es la mejor posible. Esa es función del Congreso.

La ley y su propósito de lograr pluralidad y diversidad en los medios masivos de comunicación perdería sentido sin la existencia de políticas públicas transparentes en materia de publicidad oficial.

- El Estado afecta la libertad de expresión, si por la vía de subsidios, del reparto de la pauta oficial o cualquier otro beneficio, los medios de comunicación se convierten en meros instrumentos de apoyo a una corriente política determinada o en una vía para eliminar el disenso y el debate plural de ideas.

- Lo mismo ocurre si los medios públicos, en lugar de dar voz y satisfacer las necesidades de información de todos los sectores de la sociedad, se convierten en espacios al servicio de los intereses gubernamentales.

- Es de vital importancia que la autoridad de aplicación sea un órgano técnico e independiente, protegido contra indebidas interferencias, tanto del gobierno como de otros grupos de presión.

- En la aplicación de la ley deben respetarse: la igualdad de trato tanto en la adjudicación como en la revocación de licencias, no discriminar sobre la base de opiniones disidentes, ajustarse a los requerimientos del debido proceso en todas sus decisiones y garantizar el derecho de los ciudadanos al acceso de información plural.

El 1 de noviembre de 2013 se presentaron en audiencia sobre "La situación de la libertad de expresión en la Argentina" y ante la CIDH en Washington, los periodistas Magdalena Ruiz Guiñazú y Joaquín Morales, que en representación propia y de varios periodistas argentinos, denunciaron el hostigamiento del gobierno argentino sobre el periodismo independiente, la constante descalificación y demonización pública a periodistas y a medios independientes, acciones que se constituyen en actos de intimidación y que dan lugar a la censura indirecta o a la autocensura, en la medida que los periodistas se ven conminados a no publicar determinadas informaciones para así evitar ser agredidos físicamente o lo que sería más complejo, perder su fuente de trabajo.

El director ejecutivo de la Asociación por los Derechos Civiles, Torcuato Sozio, también presentó ante la CIDH interesantes observaciones y datos técnicos sobre el contenido cuantitativo y cualitativo, dando cuenta de la utilización discrecional del dinero público destinado a la pauta publicitaria oficial y del empleo irregular que se hace para solventar propaganda política partidaria, y de los ataques a periodistas y medios no oficialistas, mediante el uso irregular de los medios públicos operados de forma instrumental, es decir encaminados a un fin, legitimar el discurso oficial. Se reclamó en ese sentido que el Estado argentino adopte una legislación que imponga reglas claras y equitativas para la asignación de fondos públicos, acorde a estándares internacionales en la materia y con las decisiones adoptadas por la Corte en los casos Río Negro y Perfil.

Otro tema de gran relevancia fue el acceso restringido a la información pública, con lo cual se hace necesaria legislación en la materia. Es evidente, se debe avanzar en la sanción de una ley de transparencia y acceso a la información, en esa línea el episodio más reciente fue el del programa oficialista 6,7,8, tuvo que intervenir la justicia que dieran a conocer cuánto le cuesta al Estado producir ese programa.

A raíz de lo expresado en la audiencia donde el gobierno no hizo referencia explícita a lo que se denunciaba, sino que reafirmó su posición, ciertamente autoritaria y descalificante, se dedicó además a presentar un balance de gestión en lo que respecta a medios y libertad de expresión, con cifras e indicadores, pero saliéndose del tema que los convocaba. Hubo, por ejemplo, conveniente silencio de la delegación oficial cuando un comisionado quiso conocer su opinión sobre la denuncia contra el secretario Guillermo Moreno por haber presionado a anunciantes privados para no publicar avisos en los diarios La Nación, Clarín y Perfil. . Horas antes de la audiencia la embajadora argentina en la OEA, Nilda Garré, hizo lo propio, desestimar las quejas que los periodistas iban a presentar y acudir a la descalificación.

Días después la CIDH produjo un informe final en el que no sólo respondió las objeciones del oficialismo, sino que se permitió recordar cuáles son sus atribuciones, expresó "preocupación" por las descalificaciones a Ruiz Guiñazú y a Morales Solá formuladas por la embajadora. La CIDH abrió una instancia de análisis, en la que se espera obtener respuestas a preguntas ampliatorias sobre lo que allí se denunció, es decir, aceptó estudiar el caso y para los peticionarios deberán colaborar al proceso aportando toda la información que se precise, aún no hay resultados, pero puede tomarse como una buena señal el llamado de atención por las descalificaciones del gobierno a los periodistas y a la CIDH.

Tras recibir el alta médica por la operación craneal a la que fue sometida, la presidenta Cristina Fernández postuló a Martín Sabbatella para continuar como titular de la Administración Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual, organismo que debe renovar su directorio el 10 de diciembre de 2013.

Comenzando el mes de noviembre de 2013 y tras el fallo de la Corte, el Grupo Clarín presentó un plan de adecuación voluntaria a la ley de medios, el plan fue presentado ante la Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Justicia "tras el avance de facto e ilegal de la AFSCA" sobre sus licencias, según expresó el grupo en un comunicado. Nótese que al día siguiente del fallo, el titular del ente de control de medios, Martín Sabbatella, fue en persona hasta el diario Clarín para hacer la adecuación de oficio, cosa que era innecesaria, habría podido hacer llegar el oficio sin el despliegue algo escandaloso que hizo para evidenciar tanto su autoridad como el aire triunfalista que otorgó el fallo, lo anterior es necesario mencionarlo en la medida que desprestigia el organismo y le resta credibilidad en términos de neutralidad.

Una vez recibió el plan de adecuación que dirigió Clarín, el director de ese organismo confirmó la recepción del documento, y que será analizado. El Grupo Clarín por su parte, insiste en que, de acuerdo con el fallo de la Corte, "debería disponer de los mismos plazos y condiciones que el resto de los grupos de medios" para adecuarse a la ley. Y paralelo a esto, confirmó que pese a la presentación, "seguirá llevando adelante las acciones judiciales para defender sus derechos".

En lo que respecta al plan de adecuación, la propuesta es dividir la estructura actual del Grupo Clarín en seis unidades empresariales independientes, cuyas transferencias y titulares serán definidos a medida que avance el proceso de adecuación:

- 1) En la primera unidad se incluyen las empresas Arte Radiotelevisivo Argentino (ARTEAR), titular de la licencia de Canal 13 de Buenos Aires; a Canal 12 de Córdoba; a Canal 6 de Bariloche y a la señal de noticias TN (Todo Noticias). También la empresa Radio Mitre, con las frecuencias AM 790 y FM 100 en Buenos Aires, AM 810 y FM 102.9 en Córdoba, y FM 100.3 en Mendoza. Asimismo, dentro de esta unidad se incluyen 24 licencias locales de TV por cable de la actual Cablevisión, de ciudades en donde no existe incompatibilidad con la TV abierta.

- 2) La segunda unidad mantendrá el grueso de las operaciones de Cablevisión y Fibertel. En la misma el fondo Fintech mantendrá el 40% del paquete accionario. Esta unidad incorporará 24 licencias de cable e incluye la señal Metro, canal local de Cablevisión en la ciudad de Buenos Aires.
- 3) La tercera unidad tendrá 20 licencias de TV por cable de la actual Cablevisión.
- 4) Por otra grave anomalía de la ley, las señales audiovisuales (que no utilizan espectro, son de libre creación, generan producción y dan trabajo argentino) también deberán ser transferidas. En esta cuarta unidad se incluyen el resto de las señales en las que participa el Grupo: Canal 13 satelital, Magazine, Volver, Quiero Música en mi Idioma, Canal Rural, TyC Sports y TyC Max.
- 5) En otra unidad se incluirán los siguientes servicios de radio: licencias de FM en las ciudades de Tucumán, Bariloche, Bahía Blanca y Santa Fe.
- 6) En otra unidad se incluirá la licencia de TV abierta de Canal 7 de Bahía Blanca y la participación en Canal 9 de Mendoza. (Clarín, 2013).

En suma, como se ha desarrollado a lo largo del documento es posible hacer algunas precisiones que sinteticen lo expuesto, valga decir que algunos países de Sudamérica han mostrado un importante giro en materia económica política y social con el ascenso de dirigentes políticos con marcada ideología hacia la izquierda y que han llegado al poder con un notable respaldo popular. No se desconocen sus logros y la reivindicación para algunos sectores de la población en los diferentes países de la región. Sin embargo, las tareas pendientes en la lucha contra la pobreza y la desigualdad constituyen un gran reto de cara al futuro, lo que no será posible sin instituciones sólidas y sin garantía a las libertades individuales.

Diferentes gobiernos en América Latina sentaron posiciones antagónicas respecto a los medios de comunicación, debido al poder que estos últimos han concentrado, convirtiéndose en oligopolios en sus países y en alianza con sectores privilegiados. El papel de los medios de comunicación es transversal a estos procesos, es claro que ocupan un lugar destacado como agentes con capacidad de influir, informar y formar opinión pública, también instalan agendas de discusión e inciden en la toma de decisiones, con lo cual, la responsabilidad es grande.

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual emerge en un contexto de polarización y se convirtió en caballo de batalla del gobierno de Cristina Fernández de Kirchner frente al Grupo Clarín. La ley se diseñó como la fórmula

para promover la apertura de contenidos, la incursión de nuevos actores en el escenario de las comunicaciones y disminuir o eliminar los beneficios adquiridos por quienes detentan el oligopolio de las comunicaciones. Sin embargo, en el estado de crispación social, política y económica, se precisan amigos y enemigos, parece que el consenso no es un escenario deseable pero sí lo es la polarización, porque es ahí cuando el gobernante adquiere el carácter de mesías para salvar y reivindicar a la patria y a la nación.

La relación con los medios es antagónica y todo parece indicar que no será de otra manera. La pauta oficial ha sido fundamental para ese propósito, es un sistema de premios y castigos que se maneja a discreción del poder ejecutivo que premia la lealtad y la militancia, tal cual ocurre con la distribución de cargos en el poder y con el nombramiento de funcionarios, hay una estructura clientelista en el manejo del Estado más allá de procesos meritocráticos que reflejen la formación profesional y la capacidad técnica.

Nótese como en línea de lo anterior, la presidenta ratificó al actual titular de la AFSCA para otro período, con lo cual se pierde la oportunidad de acatar las recomendaciones hechas por la Corte Suprema al gobierno cuando falló la constitucionalidad de la Ley de medios. De continuar en la misma línea será un periodo más en el no se imponen criterios técnicos y profesionales sobre los de índole política, militante y partidista, pues el nivel de tensión que aporta el titular de la AFSCA ha sido ampliamente difundido. Martín Sabbatella no ha tenido reparo en defender su militancia para con el kirchnerismo y sus salidas en público lo han corroborado. En ese sentido la neutralidad e idoneidad para ejercer funciones como titular de la AFSCA queda en entredicho.

Reivindicar por último, el papel de instancias internacionales como la CIDH en la medida que cuando no hay garantías en los países, debido a la cooptación de poderes y a la polarización política y social de gobiernos con características y rasgos autoritarios, instancias como la CIDH permiten evidenciar aquello que los gobiernos se esmeran en velar.

Finalmente destacar el fallo de la Corte Suprema con los criterios de aplicación, son de gran relevancia y se esperaría que sean acatados por el gobierno nacional porque el éxito real que pueda tener la Ley como mecanismo de democratización depende de ello, sobra decir que en la actualidad no se cumple con la aplicación de tales criterios, muy a pesar de que el titular de la AFSCA afirmará que todas las criterios se cumplen al día de hoy.

CONCLUSIONES

La Democracia implica una serie de acuerdos que permitan la construcción de sociedades más justas. Sin embargo, llevar a cabo esos objetivos desde la aplicación de políticas y la elección de líderes son temas que han estado en el centro del debate. Se cuestiona la capacidad para encontrar canales que permitan y hagan llegar de manera efectiva las demandas de los ciudadanos al gobierno, así como plantear mecanismos que permitan aumentar los criterios para para la toma de decisiones.

Por su parte, el papel de los medios puede ser clave en el proceso de remarcar la necesidad de consolidar las instituciones democráticas, también para articular procesos de comunicación formal e institucional con los procesos sociales. Se espera que con los cambios y la constante innovación tecnológica los ciudadanos tengan mayores y mejores posibilidades para informarse con pluralismo y diversidad de contenidos a diferentes niveles sin que sea una comunicación fabricada, manipulada e intervenida para ocultar, desinformar o sub-informar desde los gobiernos o desde los grupos de medios. De igual manera, los criterios para determinar posiciones sobre la libertad de expresión, la búsqueda de la autorregulación y la búsqueda del interés público no pueden depender del interés y la conveniencia de esos actores.

En los países con instituciones débiles y democracias frágiles la proclividad al ascenso de líderes carismáticos y populistas parece inminente y mientras eso sea de esa manera es relativo el éxito que pueda lograrse en políticas públicas y legislación de medios, incluso, se cae en el riesgo de que los gobiernos terminen monopolizando el sistema de medios, con lo cual la concentración ya no estará en manos de actores privados, sino gubernamentales, que a partir de la cooptación de recursos del Estado construyen una maquinaria de propaganda tendiente a legitimar su discurso y su relato en evidente detrimento de la información plural y veraz, también puede ocurrir que se establece una compleja red de interacciones para promover alianzas y obtener beneficios a cambio del silencio.

Los gobiernos del siglo XXI que se enmarcan en la caracterización de nuevos populismos vieron la necesidad de regular la comunicación y los medios, para lo

cual impulsaron normas sobre radiodifusión y encaminaron el fortalecimiento de la regulación estatal; el apoyo a medios alternativos y comunitarios; el fomento de la producción audiovisual independiente; las garantías de mayor ecuanimidad en el acceso a las tecnologías; el énfasis en la generación y distribución de contenidos regionales y locales. Como ejemplo significativo de los cambios introducidos hasta ahora, se encuentra la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de Argentina que atendiendo a diferentes agentes y contextos económicos y sociales, supone como reto superar alianzas históricas que han derivado en la concentración de la propiedad, afectando la circulación de contenidos y promoviendo la centralización geográfica, la ausencia de medios públicos y el acceso al uso de las nuevas tecnologías como la Internet.

En consecuencia con el salto tecnológico y la convergencia de soportes y mecanismos de distribución postergados se llegó al deterioro o eliminación de la competencia entre diferentes posiciones y empresas, ahora son grandes grupos que dominan el mercado y la publicidad. Es evidente que la estructura de medios concentrados se encuentra relacionada con modelos de gobierno altamente centralizados, donde se busca inculcar ideas universales sobre el deber ser de la realidad y donde el ciudadano tiene una baja participación, o en caso contrario alentar la polarización de la sociedad como sucede en Argentina.

Se enfrenta a esa dinámica la presión de los movimientos sociales, que buscan un modelo participativo, donde la comunicación sea un proceso de diálogo y los interlocutores participen en el marco de respeto. La democracia no es lineal, ni estática, involucra diferentes elementos para su consolidación pero permite considerar las diferencias entre la democracia delegativa y la representativa, en ese sentido, es relevante que los medios de comunicación contribuyan a dar voz a la opinión pública y a la ciudadanía, para que esas demandas sean traducidas de forma apropiada en soluciones desde los gobiernos, pero más allá de las coyunturas.

Cabe admitir que la concentración mediática puede ser una forma de sostener la desigualdad, pero también merece especial atención el manejo indebido que se hace desde los gobiernos amparados en este criterio, se evidencia con preocupación cómo el manejo de la pauta oficial y el otorgamiento de las licencias a los diferentes medios ha sido utilizado como un sistema de premios y castigos que se maneja a discreción del poder ejecutivo para premiar la lealtad y la militancia y castigar la crítica, en ese sentido queda un interrogante ¿cabe hablar de democratización de la palabra y la información cuando los criterios que se imponen responden al sentir primario del gobernante?

El éxito de las leyes de medios podrá medirse en la medida que los organismos encargados de su aplicación sean operados de manera neutral con personal profesionalmente apto y calificado para desarrollar las funciones que exigen los cargos.

BIBLIOGRAFIA

- ABAD Cisneros Angélica. Artículo de Seminario de Investigación Instituto de Iberoamérica. Universidad de Salamanca. Doctorado en Procesos Políticos Contemporáneos.
- ALMOND, G. A., & Verba, S. (1963). The civic culture: political attitudes in five Western democracies. The civic culture: political attitudes in five Western democracies.
- ALONSO, A. I. S. (2001). La estructura de los medios de comunicación en Estados Unidos: análisis crítico del proceso de concentración multimedia (Doctoral dissertation, Universidad Complutense de Madrid).
- ALVARADO, O. G. (2007). Los orígenes del populismo latinoamericano: una mirada diferente. Cuadernos del CENDES, (66), 75-104.
- BEDOYA, M. R. (2009). Las potencialidades del institucionalismo histórico centrado en los actores para el análisis de la política pública. Contingentes de trabajadores extranjeros en España. Estudios Políticos, (35), 01-02.
- BELTRÁN Salmón Luis Ramiro, La Comunicación para el Desarrollo en Latinoamérica: Un Recuento De Medio Siglo. Documento presentado al III congreso panamericano de la comunicación panel 3: problemática de la comunicación para el desarrollo en el contexto de la sociedad de la información 2005. www.catedras.fsoc.uba.ar/
- BERMÚDEZ, E. (2007). Libertad de expresión y hegemonía en Venezuela. De la hegemonía de los medios a la hegemonía del Estado. Quórum Académico, 4(2), 42-60.
- BLUMER, Jay %ntroducción. Confrontaciones actuales en la televisión de la Europa Occidental+pp.21-38
- BUGALLO, R. N. (2001). El derecho humano a la comunicación en los países del Mercosur.
- CAPELATO y Prado, 1980.
- CALIFANO, B. (2011). %Queremos los medios en manos de empresarios nacionales+. Un análisis del discurso de Néstor Kirchner en la prensa escrita. ECOS de la comunicación, 11.

- CALIFANO Bernadette Medios y Políticas de Comunicación en Argentina bajo el gobierno de Néstor Kirchner (2003-2007) ISBN: 978-987-05-7083-7 Diciembre, 2009.
<http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/tesinas/Tesina%20Bernadette%20Califano.pdf> tomado el 18 febrero de 2013
- CASSINELLI Capurro Aldo, Economía Política del populismo en América del Sur, Venezuela como actor principal. Universidad Central de Chile. Julio de 2006 http://www.politicaygobierno.cl/wp-content/uploads/2011/01/doc_18.pdf tomado el 22 junio de 2013.
- CIMENTES, D. C. (2001). El papel de la ciudadanía en la democracia deliberativa y su relación con la opinión pública. de Estudios Sociales-Revista, (10).Páginas: 83 . 86
- CISNEROS, A. A. Doctorado en Procesos Políticos Contemporáneos ✉ angelica_abadc@usal.es.
http://americo.usal.es/iberoame/sites/default/files/abad_neopopulismo_seminarioinvestigacion_0.pdf
- CHAPARRO, A. (2009). Estado, democracia y populismo en América Latina. Universidad del Rosario.
- Cuilenburg, Jan Van y McQuail, Denis (2005). Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación.
- DAGRON, A. G. (2012). El derecho a la comunicación: articulador de los derechos humanos. Razón y Palabra, (80).
- DELGADO Pereira Carlos, Colombia: el equilibrio roto de la pluralidad y la democracia. Ponencia presentada en el marco del Seminario Internacional "A mayores libertades, mayores responsabilidades". Lima (Perú), junio 4 de 2002.1
<http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/educacion/medios/medios5a.htm>
- DE LA TORRE, C. (2013). El populismo latinoamericano, entre la democratización y el autoritarismo.
- DE MORAES, D., & Killmann, M. E. (2011). La cruzada de los medios en América Latina: gobiernos progresistas y políticas de comunicación. Paidós.

- ENTRENA Durán, F. (1996). Los populismos y la formación del Estado-nación en América Latina. *Anuario de Estudios Americanos*, 53(1), 101-121.
- FORSTER, R. (2012). *La Anomalía Argentina*. Sudamericana.
- FRAIMAN, J. A. (2009). Medios de Comunicación Masiva y Populismo en América Latina: Posibles articulaciones para analizar los casos en el peronismo argentino, el Getulismo brasileño y el Cardenismo mexicano. *Razón y palabra*, (70), 1-34
- Gabriel, A. L. M. O. N. D., & Sidney, V. (2000). *La cultura política*. Varios, Diez textos básicos deficiencia política, Editorial Ariel, Barcelona, 179.
- GROMPONE, R. (1998). Fujimori, neopopulismo y comunicación política (No. 93). IEP, Instituto de Estudios Peruanos.
- KITZBERGER, P. (2009). Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina. *Postdata*, 14(2), 157-181.
- LABANDEYRA Eve %Análisis de los liderazgos de Abdalá Bucaram (1996) en Ecuador y de Carlos Menem (1989-1999) en Argentina a la luz de la transformación estructural de los respectivos regímenes democráticos+ Revista N°13 " Instituciones y Procesos Gubernamentales IX " <http://www.revinciapolitica.com.ar/num13art9.php> tomado el 21 06 2013
- LACLAU, E. (2006). La deriva populista y la centroizquierda latinoamericana. *Nueva sociedad*, (205), 56-61
- LARIA, Aleardo. El transformismo del peronismo. 27/08/2013 <http://www.rionegro.com.ar/diario/el-transformismo-del-peronismo-1238707-9539-nota.aspx>
- LIVSZYC Pablo Populismo en Latinoamerica número 51 de la Revista Ciencias Sociales, Dirección de Publicaciones, Facultad de Ciencias Sociales, UBA <http://webdehistoria.blogspot.com/2009/10/el-populismo-en-latinoamerica.html>
- LÓPEZ Göttig Ricardo., ¿El peronismo seguirá anclado en su lógica verticalista de intenciones hegemónicas? <http://www.analisislatino.com/notas.asp?id=6490>
- LÓPEZ Göttig Ricardo. Chávez: de "negro negrito" a "rojo rojito". 13 de mayo de 2007. <http://www.analisislatino.com/notas.asp?id=1860>

- LÓPEZ de la Roche, F. (2012). La historia de los noticieros de televisión en Colombia y la construcción de una memoria crítica de la sociedad y del oficio periodístico 1954-1984. Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones, (24), 51.
- LÓPEZ de La Roche, F. L. (2005). Presentación del dossier sobre historia de los medios de comunicación social y del periodismo en Colombia [*]. Historia Crítica, (28), 0.
- MALAMUD, Carlos. América Latina, Siglo XX. La búsqueda de la democracia. Editorial Síntesis. España, 2003. Págs 162-163.
- MALAMUD, Carlos. "El pacto YPF-Chevron sobre Vaca Muerta y la peculiar deriva de la soberanía energética+ Argentina". Real Instituto Elcano. 6 de agosto 2013. http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/america+latina/comentario-malamud-pacto-ypf-chevron-vaca-muerta-soberania-energetica-argentina
- MALAMUD Carlos. Estampas argentinas (I): De cuando la lechuga se convierte en cuestión de Estado. Ojos de Papel, España 4 de diciembre de 2006. <http://www.ojosdepapel.com/Index.aspx?article=2487#>
- MARINO, S., Mastrini, G., & Becerra, M. (2012). El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina.
- MASTRINI, G., & Becerra, M. (2001). 50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala. Políticas y Planificación de la comunicación, Universidad de Buenos Aires.
- MASTRINI, G., & Becerra, M. (2009). Estructura y dimensión de las industrias infocomunicacionales en América Latina. Palabra Clave, 12. Consultado de <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1438/1571>
- MASTRINI Guillermo Mucho ruido pocas leyes ed. La crujía capítulo III <http://biblioteca.ucm.es/tesis/inf/ucm-t25444.pdf> pag. 125 derecho a la información.
- MENGO, R. I. (2010). Transnacionalización y concentración de los Medios de Comunicación en la Argentina Neoliberal de los 90q Historia y Comunicación Social, 14, 201-220.

- MOREIRA Gomes, G. (2011). Las hormigas de Macondo: contrahegemonía y políticas de comunicación comunitaria en Argentina, Brasil y Venezuela. Oszlak, O. (1982). *La Formación del Estado Argentino*+Editorial Planeta, Buenos Aires, 1997.
- NÚÑEZ Rogelio. América Latina, heterogénea, ni gira ni se vuelca a la izquierda. <http://www.infolatam.com/2013/11/20/una-america-latina-heterogenea-que-ni-gira-ni-se-vuelca-a-la-izquierda/>
- NÚRIA Reguero. InCom-UAB De la libertad de prensa a los derechos de la comunicación. Un debate interrumpido, http://www.portalcomunicacion.com/monograficos_det.asp?id=229 08 junio de 2013
- OCTAVIO, I. (1975). La formación del Estado populista en América Latina. Era. Serie popular.
- O'DONNELL, G. A. (1997). Contrapuntos: ensayos escogidos sobre autoritarismo y democratización. Paidós.
- REPOLL, J. (2010). Política y medios de comunicación en Argentina. Kirchner, Clarín y la Ley. *Andamios: revista de investigación social*, (14), 35-67.
- REPORTEROS SIN FRONTERAS. Se frena la plena aplicación de la ley SCA in extremis: *un revés sorprendente*+ Publicado el Viernes 7 de diciembre de 2012. <http://es.rsf.org/argentina-pluralismo-de-los-medios-de-06-12-2012,43768.html> tomado el 06 junio de 2013.
- ROBERTS, K. (2008). El resurgimiento del populismo latinoamericano. El retorno del pueblo. *Populismo y nuevas democracias en América Latina*, 55-73.
- ROTTA Alejandro Universidad Nacional de Cuyo Centro Universitario, Ciudad de Mendoza Edición Cuyo Beta <http://bit.ly/SijLBU> Recuperado 30 Septiembre de 2012
- Santiago, G. Neopopulismo y Clientelismo en la Derecha Chilena.
- Smink Veronica. 10 cosas que cambiaron en 10 años de kirchnerismo en Argentina. BBC Mundo, Argentina. Jueves, 23 de mayo de 2013. http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/05/130516_argentina_diez_k_vs.shtml?print=1

- SCHRAMM, W. (1969). El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo. Publicado PYE, Lucyan W.(Comp) Evolución política y comunicación de masas, Troquel, Buenos Aires.
- SEL, S. (2010). Políticas de comunicación en el capitalismo contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas. Buenos Aires, Argentina: CLACSO. Retrieved from <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/selcom.pdf>.
- Segobia Alonso, Ana Isabel (2004) *La estructura de los medios de comunicación en Estados Unidos: análisis crítico del proceso de concentración multimedia.* Tesis Doctoral. <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t25444.pdf>
- SOSA de León, Mireya. Populismo y "Getulismo" en el Brasil de Getulio Vargas, 1930-1945/1950-1954. TF, Caracas, v. 22, n. 88, oct. 2004. Disponible en http://www2.scielo.org/ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-29682004000400005&lng=es&nrm=iso
- STANLEY, M. (2000). El populismo en América Latina. La Trama de la Comunicación, 5, 347-359. Myriam Stanley EL POPULISMO EN AMÉRICA LATINA.
- SEGURA, M. S. (2011). La sociedad civil y la democratización de las comunicaciones en la Argentina. La experiencia de la Coalición por una Radiodifusión Democrática. Argumentos. Revista de crítica social, (13).
- SMINK Veronica y Valeria Perasso, Claves de la ley de medios. publicado el sábado, 10 de octubre de 2009 -06:49 GMT http://www.bbc.co.uk/mundo/america_latina/2009/09/090916_1913_argentina_ley_medios_gm.shtml tomado el 07 julio de 2013
- STIGLITZ, Joshep. "Debe haber regulaciones en la prensa". <http://www.diarioregistrado.com/sociedad/74106-stiglitz--debe-haber-regulaciones-en-la-prensa.html> tomado el 13 junio de 2013
- SUNKEL, G., & Catalán, C. (1993). Comunicación y política en América latina. Historia crítica, (7), 4
- TREJO Delarbre Raúl. Menos poder a los viejos consorcios, más pluralidad de medios en México.

http://elpais.com/elpais/2013/03/12/opinion/1363057518_532970.html
publicado 12 marzo de 2013.

- VAN Cuilenburg, J., & McQuail, D. (2003). Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación. *European Journal of Communication*, 18(2), 181-207.
- Viguera (1993). " Populismo" y" neopopulismo" en América Latina. *Revista Mexicana de Sociología*, 49-66.
- WEHNER, L. (2004). El neo- populismo de Menem y Fujimori: desde la primera campaña electoral hasta la reelección en 1995. *Revista Enfoques*, (2), 25-56.
- ZUNINO, E. (2013). Transformación de las Industrias Culturales en la Argentina: un estudio de caso a partir del proceso de concentración del Grupo Clarín. *Question*, 1(37). Consultado el agosto 11, 2013, de <http://www.perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1742/1495>
- ZURBRIGGEN, C. (2006). El institucionalismo centrado en los actores: una perspectiva analítica en el estudio de las políticas públicas. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 26(1), 67-83.

Otros enlaces y prensa:

- <http://www.corteidh.or.cr/index.php/instrumentos>
- Bolivia: el 54 % aprueba que Morales busque reelección, según sondeo. *Infolatam*. La PAZ, 21 de febrero de 2013. <http://www.infolatam.com/2013/02/21/bolivia-el-54-aprueba-que-morales-busque-reeleccion-segun-sondeo/>
- <http://www.corteidh.or.cr/tablas/abccorte/ABC-de-la-Corte-Interamericana-de-Derechos-Humanos/index.html#?page=20>
- Corporación Latinobarometro. Informe 2013. Santiago de Chile. Noviembre 1 2013.
- LÓPEZ Göttig Ricardo., ¿El peronismo seguirá anclado en su lógica verticalista de intenciones hegemónicas? 16 de agosto 2013. <http://www.analisislatino.com/notas.asp?id=6490>
- <http://es.scribd.com/doc/52163957/Indicadores-de-Desarrollo-Mediatico-UNESCO>
- <http://www.cidh.org/countryrep/Argentina80sp/Cap.7.htm#2> libertad de expresión en Argentina
- Populismo y Neo-Populismo Publicación digital en la página web de la Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República.

- <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/poli/poli23.htm>
 búsqueda realizada el 21 junio de 2013
- Aprueban ley de medios en Ecuador Vanguardia publicado el viernes, 14 de junio del 2013 en <http://www.vanguardia.com.mx/apruebanleydemediosenecuador-1763887.html>
 - http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/05/130516_argentina_diez_k_vs_shtml
 - <http://www.clarin.com.ar> Instituto Verificador de Circulaciones
 - http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=78
 - <http://www.medios.gov.ar/regulacion/ley-26-522/>
 - <http://www.afsca.gob.ar/>
 - <http://www.7d12.com.ar/category/historia/>
 - <http://www.unradio.unal.edu.co/detalle/cat/un-analisis/cy/2011/cm/10/article/leyes-de-medios.html> fecha de consulta 01 abril de 2012
 - Universidad Nacional de Colombia 05 de noviembre de 2012 <http://www.unradio.unal.edu.co/detalle/cat/otras-noticias-bog/article/nuevamente-cacerolazos-en-argentina.html> Recuperado 20 Septiembre de 2012
 - Universidad Nacional de Colombia. Unradio. <http://www.unradio.unal.edu.co/detalle/cat/otras-noticias-bog/article/sip-envia-observadores-a-la-argentina.html> Recuperado 9 noviembre de 2012
 - El tiempo Argentino 9 de Noviembre de 2012 <http://tiempo.infonews.com/2012/11/04/argentina-90067-quienes-son-los-grupos-que-agitan-la-movilizacion-opositora.php> Recuperado 04 de octubre de 2012
 - Libertad Digital S.A. martes 9 de octubre <http://www.libertaddigital.com/internacional/latinoamerica/2012-09-14/miles-se-manifiestan-en-contra-de-cristina-fernandez-1276468541/> Recuperado 04 de octubre de 2012
 - El tiempo 17 de octubre de 2012 Editorial: Intolerancia aguda http://www.eltiempo.com/opinion/editoriales/intolerancia-aguda-editorial-el-tiempo_12312410-4 tomado el 28 de noviembre de 2012.
 - <http://www.elortiba.org/cronoper.html> Por Eduardo Blaustein 14 de abril de 2012 eblaustein@miradasalsur.com
 - http://www.eltiempo.com/mundo/latinoamerica/autoritarismo-la-nueva-mordaza-de-la-prensa-latinoamericana_11430741-4
 - www.eluniversal.com
 - <http://www.diarioperfil.com.ar/edimp/0291/articulo.php?art=9481&ed=0291>
 - <http://www.revcienciapolitica.com.ar/num13art9.php>
 - <http://infografias.perfil.com/i/adecuacion7d/>
 - http://www.oas.org/dil/esp/tratados_B-32_Convencion_Americana_sobre_Derechos_Humanos.htm

- Conferencia General de la UNESCO en el año 1980 y habla, explícitamente, de las relaciones que se establecen entre los campos de la comunicación, las relaciones de poder y la democracia. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf tomado el 01 junio de 2013 <http://www.corteidh.or.cr/index.php/historia-de-la-corteidh> tomado el 10 junio de 2013
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos <http://www.corteidh.or.cr/index.php/instrumentos>
- <http://www.corteidh.or.cr/tablas/abccorte/ABC-de-la-Corte-Interamericana-de-Derechos-Humanos/index.html#?page=20>
- El destino irresistible del que ya nadie la mueve.8 de noviembre 2013. http://www.clarin.com/ciudades/destino-irresistible-nadie-mueve_0_1025897518.html
- El Gobierno venezolano iniciará trámites para adquirir el 50% de Globovisión. elmundo.es publicado el 16 de junio de 2009 tomado el 22 de junio de 2013
- Maryclen Stelling, coordinadora general del Observatorio Global de Medios de Venezuela, afirmó: %Hay confrontación y polarización política que se ve reflejada en los medios. En ese contexto se aprueba la Ley, porque la coyuntura lo demandaba. Teníamos varias dudas como las clasificaciones de los contenidos violentos y sexuales, lo cual nos pareció muy moralista y que promotor de censura, hoy es una debilidad de la norma. Sin embargo, la Ley sí se necesita porque los medios se convirtieron en instituciones políticas y en ejércitos de batalla Agencia de Noticias UN- Leyes de Medios en Suramérica ¿mordazas o democratización? publicado el 21 de 2011 - <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/detalle/article/leyes-de-medios-en-suramerica-mordazas-o-emocratizacion/index.html> tomado el 05 de julio de 2013
- QUI06. GUAYAQUIL (ECUADOR), 17/02/2012.- Empleados y partidarios del diario El Universo participan en una manifestación, viernes 17 de febrero de 2012, en Guayaquil (Ecuador), contra la condena a sus tres principales directivos y un ex editorialista en un litigio con el presidente Rafael Correa. EFE/Jaime Echeverra/ EFERead more here: <http://www.elnuevoherald.com/2013/06/21/1505935/polemica-ley-busca-trazar-nuevo.html#storylink=cpy>
- <http://www.jornada.unam.mx/2013/03/12/politica/008n1pol> tomado el 22 junio de 2013
- México gana con la Ley de Telecomunicaciones: Peña <http://www.oem.com.mx/laprensa/notas/n3014295.htm> tomado la prensa 11 junio de 2013.
- Venezuela busca el significado de la felicidad.Deutsche Welle. 12 de noviembre de 2013. <http://www.dw.de/venezuela-busca-el-significado-de-la-felicidad/a-17220087>

-
- Cumbre mundial sobre la sociedad de la Información Ginebra 2003, declaración de principios. Documento WSIS-03/GENEVA/4-S a.8 <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop-es.html> tomado el 20 abril de 2013.
 - Paraguay es el cuarto país con promedio de crecimiento más elevado en 10 años. Economía Virtual, Paraguay. 26 de octubre de 2013.
 - http://www.economiavirtual.com.py/index.php?option=com_k2&view=item&id=5627:paraguay-es-el-cuarto-pa%C3%ADs-con-promedio-de-crecimiento-m%C3%A1s-elevado-en-10-a%C3%B1os&Itemid=360
 - Diez cosas que cambiaron en una década de kirchnerismo en Argentina. Análisis de BBC republicado en El Comercio, Perú. 23 de mayo 2013. <http://elcomercio.pe/actualidad/1580140/noticia-diez-cosas-que-cambiaron-decada-kirchnerismo-argentina>
 - ¿Cuáles son las previsiones del FMI para la economía argentina para 2013 y 2014? La Nación, Argentina. 8 de octubre 2013. <http://www.lanacion.com.ar/1627102-cuales-son-las-previsiones-del-fmi-para-la-economia-argentina-para-2013-y-2014>
 - La inflación de Argentina, entre las más altas del mundo. Infobae, Argentina. 26 de septiembre de 2013. <http://www.infobae.com/2013/09/26/1511541-la-inflacion-argentina-las-mas-altas-del-mundo>
 - Argentina expropia a Repsol su filial YPF. Diario El País. 17 de abril de 2012. http://economia.elpais.com/economia/2012/04/16/actualidad/1334590509_507539.html
 - Incierto futuro del Mercosur. La Nación. 12 de noviembre 2013. <http://www.lanacion.com.ar/1637474-incierto-futuro-del-mercosur>
 - Secretaría de Comunicación Pública Año 2012. , de <http://www.medios.gov.ar/regulacion/ley-26-522/> Recuperado 15 Septiembre de 2012
 - El organismo está diseñado siguiendo las pautas de la Doctrina de la Seguridad Nacional dirigido por siete miembros; el ejército, la armada, la Fuerza Aérea, la Secretaría de Información Pública, Secretaría de Estado de Comunicaciones, la asociación de licenciarios de radio, la asociación de licenciarios de televisión. Instituto verificador de circulaciones http://www.ivc.org.ar/consulta?op=c&asociado_id=78
 - Información tomada de la página de 7d. Ley de Medios: breve reseña de los antecedentes del caso y situación actual <http://www.7d12.com.ar/ley-de-medios-breve-resena-de-los-antecedentes-del-caso-y-situacion-actual/>
 - Editorial. Nuevo atropello de inusitada gravedad institucional. Diario La Nación. Argentina. 3 de Octubre de 2012. <http://www.lanacion.com.ar/1513802-nuevo-atropello-de-inusitada-gravedad-institucional>

- Tv pública digital <http://www.tvpublica.com.ar/tvpublica/articulo?id=18696> 10 noviembre de 2012.
- Canal oficial de Grupo Clarín. <http://www.youtube.com/user/GCGrupoClarín> 10 noviembre de 2012
- Presidenta argentina y gigante mediático se enfrentan por reforma. El periódico de México, México. 4 de octubre de 2012. <http://www.elperiodicodemexico.com/nota.php?id=623969>
- <http://www.youtube.com/watch?v=aK9D2RN15Gc>
- Universidad Nacional de Colombia, UNRADIO SIP envía observadores a la Argentina. 17 de octubre 2012. Noviembre <http://www.unradio.unal.edu.co/detalle/cat/otras-noticias-bog/article/sip-envia-observadores-a-la-argentina.html>
- La Nación Denuncian que la prensa es hostigada. <http://www.lanacion.com.ar/1496393-denuncian-que-la-prensa-es-hostigada> 05 agosto de 2012 Recuperado 10 de noviembre de 2012.
- La Sociedad Interamericana de Prensa SIP.
- Reporteros Sin Fronteras. Se frena la plena aplicación de la ley SCA in extremis: %un revés sorprendente+ Publicado el Viernes 7 de diciembre de 2012. <http://es.rsf.org/argentina-pluralismo-de-los-medios-de-06-12-2012,43768.html>
- <http://es.rsf.org/IMG/jpg/carte2012-3.jpg>
- Universidad Nacional de Colombia, UNRADIO %Nuevamente cacerolazos en Argentina+ 08 de noviembre 2012. Entrevista Francisco Cabrera ministro de Desarrollo Económico a propósito del 8N <http://www.unradio.unal.edu.co/detalle/cat/otras-noticias-bog/article/nuevamente-cacerolazos-en-argentina.html> Recuperado 10 de noviembre de 2012.
- Las acciones de Clarín cayeron 39% en el país y 46% en Londres. Tiempo Argentino, Argentina 31 de octubre 2013. <http://tiempo.infonews.com/2013/10/31/argentina-112138-las-acciones-de-clarin-cayeron-39-en-el-pais-y-46-en-londres.php>
- Argentina: Tras dos años de muerte de Kirchner, Fernández lidera pero pierde popularidad. Infolatam, España. Octubre 29 2012.
- <http://www.infolatam.com/2012/10/28/argentina-tras-dos-anos-de-muerte-de-kirchner-fernandez-lidera-pero-pierde-popularidad/>
- Cristina, más populista y menos popular. Diario La Nación, Argentina. 15 de enero de 2013. <http://www.lanacion.com.ar/1545733-cristina-mas-populista-y-menos-popularclaves-americanas>
- Con respaldo mayoritario. Diario Página 12, Argentina. Noviembre 17 2013. <http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-233793-2013-11-17.html>
- Sabbatella: %La ley es para todos+ Publicado en el portal de noticias de la Casa Rosada. Presidencia de la Nación Argentina. 31 de octubre 2012. <http://www.casarosada.gov.ar/home/26126>
- Prohíben a las cadenas publicitar en los diarios. Diario La Nación, Argentina. 7 de febrero 2013. <http://www.lanacion.com.ar/1552580-prohiben-a-las-cadenas-publicitar-en-los-diarios>

- Silvio Waisbord, director de la Escuela de Medios y Asuntos Públicos de The George Washington University analiza las formas de comunicar del matrimonio Kirchner. Aló presidentes: quiénes son los líderes más mediáticos de la región. Diario La Nación, Argentina. 7 de noviembre 2013. <http://www.lanacion.com.ar/1635935-alo-presidentes-quienes-son-los-lideres-mas-mediaticos-de-la-region>
- "Desde la Jefatura de Gabinete se lanzó la millonaria Licitación Pública 24/2013, expediente 0006302/2013, que busca contratar un enorme dispositivo tecnológico para grabar y transmitir en tiempo real todo lo que haga la Presidenta". El plan del gobierno para transmitir a Cristina las 24 horas. La Política Online, Argentina. Noviembre 16 2013. <http://www.lapoliticaonline.com/noticias/val/95241/el-plan-del-gobierno-para-transmitir-a-cristina-las-24-horas.html>
- Diego Gvirtz publicó los contratos de 6,7,8 con la TV Pública. Diario Perfil, Argentina. 12 de noviembre 2013. http://www.perfil.com/politica/Diego-Gvirtz-publico-lhttp://www.perfil.com/docs/2013/1112_contrato_678.pdfos-contratos-de-678-con-la-TV-Publica--20131112-0041.html
- América económica <http://edicioncuyo.com/presentan-informe-sobre-la-tv-y-la-adequacion-a-la-ley-> tomado el 04 de octubre de 2012
- La Afsca dio a conocer un informe de gestión del primer año de Sabbatella. Telam, Argentina. 13 de noviembre 2013. <http://www.telam.com.ar/notas/201311/40566-la-afsca-dio-a-conocer-un-informe-de-gestion-del-primer-ano-de-sabbatella.html>
- La Corte Suprema declaró la constitucionalidad de la Ley de Medios. Centro de Información Judicial, Argentina. 29 de octubre 2013. <http://www.cij.gov.ar/imprimir.html?nid=12394>
- El Grupo Clarín presentó su plan de adecuación voluntaria. Diario Clarín, Argentina. 4 de noviembre 2013. http://www.clarin.com/politica/Ley-Grupo-Clarín-adequacion-voluntaria_0_1023497906.html

- Levitsky., Steven. Populismo y autoritarismo competitivo. Lunes, 26 de septiembre de 2011 Diario La República, Perú. <http://www.larepublica.pe/columnistas/punto-de-vista-steven-levitsky/populismo-y-autoritarismo-competitivo-26-09-2011>
- Evo Morales: %Antes sentía que el 80 o 90% de los medios eran mis opositores+ <http://www.semanarioaqui.com/index.php/de-sabado-a-sabado-2/1754-evo-morales-antes-sentia-que-el-80-o-90-de-los-medios-eran-mis-opositores> tomado 22 de noviembre de 2013.