

COLUMNAS

# La lucha comunicacional como lucha política

El Ciudadano · 28 de noviembre de 2011

---





El año 1998 marca un punto de bifurcación en **América Latina**, especialmente, en **Sudamérica**. Ese año resulta electo **Hugo Chávez** como presidente de **Venezuela**, con un amplio apoyo popular –que se mantiene hasta hoy- y con un programa y un discurso abiertamente antineoliberal.

Decimos que es un punto de bifurcación ya que después de décadas en que la izquierda del continente apostó por lo que algunos llaman una “estrategia defensiva”, es decir, una estrategia basada “en la medida de lo posible”, en peticiones moderadas y en una creencia de que la globalización capitalista era inevitable, la elección de Chávez apostaba por lo contrario.

Le siguieron triunfos electorales en otras partes del continente donde presidentes, con énfasis desiguales, comenzaron a abandonar esa estrategia defensiva, estrategia que implicó en lo década del '90 abandonar metas y objetivos de transformación social, y cambiarlos por metas centristas y por alianzas con antiguos adversarios. El **Partido Socialista de Chile** es el ejemplo paradigmático de ese abandono y esa renuncia.

En **El Salvador, Nicaragua, Uruguay, Argentina, Bolivia, Ecuador, Perú,** y **Paraguay** nuevos mandatarios, con nuevos discursos y nuevas miradas asumen las presidencias con amplio apoyo popular y con programas que sí contemplan transformaciones importantes.

Luego de dichos triunfos, en gran parte de estos países ocurre una reconfiguración del sistema político que deja a los partidos de derecha y de centro en muy mal pie, con estructuras orgánicas dañadas y con escasa vinculación con el mundo social. Ante a ese caos, la derecha política busca una retaguardia, y, en un hecho sorprendente para la teoría política, encuentra en los medios de comunicación, es decir, en la estructura mediática de esos países, un refugio natural. Dicho sea de paso, se trata de una estructura altamente concentrada en lo económico e ideológicamente favorable a la derecha.

Este refugio le provee de una orgánica, de fondos, de independencia con el Estado, de vinculación con una amplia audiencia y de una formidable arma política contra los nuevos vientos que soplan en América Latina, vientos que mantienen viva una llama difícil de apagar.

Y han sido fundamentalmente los movimientos sociales los que se han encargado de que así sea. Esos mismos movimientos sociales se han transformado en las bases de apoyo fundamental de estos presidentes y, junto a otras demandas, han puesto sobre la mesa la necesidad de democratizar las comunicaciones y de cambiar la relación que existe entre comunidad y medios, relación que está mediada por lo comercial y lo ideológico.

En ese contexto, en varios de los mencionados países se ha revisado completamente la legislación, de modo tal que Argentina y Venezuela aprobaron nuevas Leyes de Medios; Uruguay, Ecuador, Paraguay y **Bolivia** se encuentran en pleno proceso de debate ciudadano y parlamentario. Se trata, en general de leyes que tienen dos grandes objetivos: poner fin a los monopolios comunicacionales y democratizar el espectro radiofónico, de tal modo de democratizar la asignación de frecuencias; para esto último, se reconoce por ley tres tipos de medios: los privados, los estatales y los sociales, todos tienen derecho a un tercio del espectro. En Ecuador, además, en abril de este año se realizó un referéndum que sometía a

plebiscito si los dueños de bancos podían ser también dueños de medios: ganó el NO.

**Chile y Colombia** escapan a esta dinámica, aquí aún tenemos un sistema de partidos que apuesta, en general, por el neoliberalismo, que ampara la concentración monopólica de la propiedad y que concibe al Estado como protector de los grandes empresarios, evitando que desde el Estado se regule a favor de las mayorías. Sin embargo, como ha quedado demostrado este año con las masivas y constantes movilizaciones sociales, tanto en Chile como en Colombia estaban ocurriendo telúricamente una serie de hechos que los medios hegemónicos no mostraban, pero que no por ello no existían. La rebelde realidad tarde o temprano se impone y los movimientos sociales que en la última década se armaron, demuestran que el efecto ideológico de los medios tiene sus límites: no importa cuanto apuesten los medios por estrategias de invisibilizar, de criminalizar y farandulizar, mientras exista desigualdad, explotación y persecución, habrá resistencia.

Y si ninguna de esas estrategias le resulta a la derecha mediática, apostarán por otra que es tal vez la más peligrosa: dividir al movimiento social. Es lo que han hecho en otros países.

Por **Pedro Santander**

Académico **PUCV**

---

**Fuente:** [El Ciudadano](#)