

The Comparada

EDICIÓN ESPECIAL

Sistemas Mediáticos en América Latina



Modelo liberal capturado: entre el control y el mercado

El modelo de influencia liberal propuesto por Guerrero y Márquez, citado por Hallin y Echeverría, busca explicar las dinámicas mediáticas que se dan en América Latina tras la transición democrática. Aunque plantea una estructura basada en la libertad de prensa y el periodismo de vigilancia, en la práctica se enfrenta a realidades como el clientelismo, la concentración y los intereses extraperiodísticos.

Fortalezas del modelo

Ofrece un marco para entender el sesgo generalizado y los escándalos selectivos que caracterizan a la región, la concentración mediática y la falta de periodismo investigativo.

Limitaciones conceptuales

Puede ser demasiado específico al centrarse en ciertos mecanismos de poder que encajan dentro del concepto de captura, pasando por alto otros que pueden ser importantes en muchos contextos.

Generalización excesiva

Puede ser demasiado general al abstraerse de la considerable variación en toda la región y entre los medios, sin distinguir entre monopolios poderosos y medios de mercado pequeño.

Cuestionamientos

Echeverría, González y Reyna (2022) cuestionan si los elementos liberales del sistema liberal capturado son más de jure que estructuralmente centrales en estos sistemas.

Modernidades múltiples

"No somos una copia fallida de Europa. Somos otra cosa. Y eso necesita otro marco teórico."

En esta parte del artículo, los autores proponen dejar de pensar América Latina como una región que 'todavía no llegó' a la modernidad europea o estadounidense. Los sistemas de medios de la región tienen trayectorias propias, mezclas particulares de lo institucional y lo informal, y realidades que no encajan con los modelos clásicos.

Hablan de modernidades múltiples para explicar por qué nuestras instituciones mediáticas son tan híbridas, inestables y contradictorias... pero con lógicas propias.

Nota final

Este número de The Comparada quiso hacer eso: mirar los medios desde acá, desde nuestras experiencias. Y descubrir que lo que parecía desorden o excepción, quizás era simplemente otro orden.

Los sistemas de medios también son sistemas de poder. Entender cómo se construyen es clave para comprender cómo se comunica la política.

Escaneá el QR
y encontrá
regalos de esta
edición especial



Entrevistamos a Hallin y Echeverría ; y nos dijeron algo que no publicaron en el artículo:
"América Latina merece ser leída con sus propias categorías."

The Comparada

EDICIÓN ESPECIAL

Sistemas Mediáticos en América Latina



¿Qué modelo explica los medios en América Latina?

Hallin y Echeverría ponen en jaque las categorías europeas y proponen una mirada situada



#EntrevistaExclusiva: Daniel Hallin (izq.) y Martín Echeverría (der.) en "La Comparada", hablando de clientelismo, paralelismo y si el periodismo aún tiene salvación. Spoiler: no vinieron, pero deberían.

En el campo de la comunicación política comparada, el modelo propuesto por Hallin y Mancini en 2004 marcó un antes y un después. Basado en cuatro dimensiones clave —estructura del mercado mediático, paralelismo político, profesionalización del periodismo y rol del Estado—, permitió clasificar a los países europeos y a Estados Unidos en tres modelos ideales: liberal, democrático-corporativo y pluralista polarizado. Pero, ¿qué pasa cuando intentamos aplicar ese esquema a América Latina? En este capítulo, Daniel Hallin y Martín Echeverría toman ese marco como punto de partida para analizar los sistemas de medios de nuestra región. Lo que encuentran es un conjunto de realidades que no encajan del todo en los modelos europeos: mercados mediáticos hiperconcentrados, alineaciones político-mediáticas inestables, bajos niveles de profesionalización periodística, y Estados que intervienen tanto por acción como por omisión. A diferencia de lo que ocurre en democracias consolidadas del norte global, en América Latina los medios muchas veces funcionan como actores políticos más que como observadores imparciales. Frente a esta realidad, los autores proponen sumar nuevas variables que surgen del contexto latinoamericano: el presidencialismo, que concentra la atención mediática en figuras antes que en partidos; el populismo, que reconfigura las relaciones entre medios, Estado y ciudadanía; la influencia del imperialismo mediático, que impone lógicas externas al ecosistema local; y la necesidad de pensar en modernidades múltiples, que reconozcan las trayectorias propias de nuestras democracias. Lejos de descartar el modelo de Hallin y Mancini, Hallin y Echeverría lo enriquecen. Su propuesta no es reemplazar categorías, sino complementarlas con lentes que parten desde el sur. Porque para entender los medios en América Latina, no alcanza con mirar hacia Europa. Hace falta mirar desde acá.



Éhe Comparada

EDICIÓN ESPECIAL

Sistemas Mediáticos en América Latina



Sistema de medios (sust. masc.)

Conjunto de instituciones, actores y prácticas que constituyen los medios de una sociedad y hacen posible la circulación de información periodística y política. Su estudio implica analizar cómo estos elementos interactúan entre sí y con las estructuras políticas y económicas, moldeando e interpretando el ejercicio del poder público (Hallin & Mancini, 2004; Kenski & Jamieson, 2017).

¡Hora de jugar! Encontrá las palabras escondidas

X M E R C A D O P L N
R Q W E R T Y U I O P
A S D F G H J K L Ñ Z
P A R A L E L I S M O
S X C V B N M Q W E R
T Y U I O P A S D F G
P E R I O D I S M O Q
L Ñ Z X C V B N M A S
E S T A D O L Ñ K J H

Radiografía exprés de los sistemas mediáticos latinoamericanos

América Latina comparte rasgos que la vuelven esquiva a los modelos europeos clásicos. Los datos comparativos —de Argentina a México, pasando por Brasil, Chile, Colombia, Perú y Uruguay— muestran una prensa escrita frágil y audiovisuales hiperconcentrados; empresarios-propietarios que juegan en la arena política; periodistas con autonomía limitada; y Estados que regulan poco pero intervienen mucho mediante publicidad oficial. Hallin y Echeverría rastrean esos patrones, excluyen a Cuba por su excepcional sistema estatal y destacan cómo cada país combina el menú a su manera. Con esa foto panorámica de fondo, activamos ahora los cuatro lentes de Hallin & Mancini para desarmar —y entender— el ecosistema mediático de la región.

de medios

En América Latina, los medios operan en mercados pequeños y concentrados. La prensa escrita tiene poco alcance, mientras que la televisión sigue siendo dominante. Además, los grandes medios suelen estar en manos de unos pocos grupos económicos, lo que condiciona la diversidad y la independencia de la información.

político

Muchos medios tienen una relación cercana con partidos políticos o figuras del poder. Esto significa que, en lugar de informar de forma neutral, reflejan intereses partidarios. Esta alineación varía según el país y suele cambiar con los ciclos políticos.

Profesionalización del

En la región, el periodismo muchas veces se ejerce en condiciones laborales frágiles, con bajos salarios, escasa formación específica y presiones externas. Esto limita la autonomía de los periodistas y afecta la calidad del trabajo periodístico.

Rol del

El Estado no siempre actúa como garante de la pluralidad mediática. Suele usar la pauta oficial como herramienta política, beneficiando a medios aliados y castigando a los críticos. Además, hay poca regulación efectiva para garantizar la transparencia y la diversidad informativa.

¿Y ahora qué? Pensar desde América Latina

Después de aplicar las 4 lentes del modelo europeo de Hallin & Mancini, los autores se preguntan si realmente alcanza con mirar América Latina con esos mismos anteojos. La respuesta es no. Porque nuestros sistemas mediáticos son diferentes: híbridos, inestables, a veces contradictorios, pero con una lógica propia. Por eso, en esta parte del paper, Hallin y Echeverría proponen pensar con marcos conceptuales endógenos: categorías nacidas desde acá, que ayuden a entender cómo funcionan realmente los medios en nuestra región.



Éhe Comparada

EDICIÓN ESPECIAL

Sistemas Mediáticos en América Latina



Sistemas periféricos, imperialismo mediático y colonialismo

En América Latina, los sistemas mediáticos no nacieron de cero: fueron moldeados desde el inicio por influencias externas. Durante el siglo XX, muchos países de la región adoptaron modelos de medios importados de Europa y Estados Unidos, tanto en lo técnico como en lo profesional. Esto incluyó desde la tecnología hasta el tipo de periodismo que se enseñaba en las universidades, con materiales financiados por organismos internacionales como la UNESCO. En muchos casos, se intentó copiar el modelo estadounidense de periodismo comercial, centrado en habilidades prácticas y alejado de motivaciones ideológicas.



1950s: Llegada de la TV importada

1960s: Formación en periodismo tipo USA

2000s: Globalización y streaming

La idea de "imperialismo mediático" ayuda a entender cómo estas transferencias no siempre fueron neutras. A veces, implicaron imponer valores culturales ajenos que no se ajustaban a la realidad latinoamericana. Hoy, aunque estas influencias persisten, también hay una fuerte discusión sobre la necesidad de pensar desde nuestras propias lógicas y realidades, sin depender siempre de lo que pasa en el "centro" del mundo.

Populismo y medios de comunicación

¿Por qué los líderes populistas terminan peleados con los medios tradicionales? Estas son algunas claves para entenderlo

Estigmatización de medios corporativos

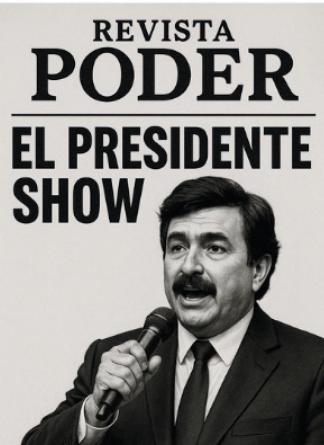
Los medios tradicionales son acusados de representar a las élites. Los líderes populistas los señalan como enemigos del pueblo y los responsabilizan de ocultar la verdad o desinformar.

Creación de foros alternativos

Como no confían en los medios tradicionales, crean sus propios canales: programas oficiales, redes sociales, transmisiones directas... así comunican sin intermediarios.

Uso de herramientas estatales

Usan el poder del Estado para presionar a medios opositores: quitan pauta, revocan licencias o imponen contenidos oficiales. A veces esto afecta la libertad de expresión.



"En América Latina, el show presidencial siempre está en cartelera."

Presidencialismo

En América Latina, los medios no informan sobre partidos. Informan sobre personas.

El sistema presidencialista concentra el foco mediático en figuras, no en estructuras. En los sistemas presidencialistas latinoamericanos, la figura del presidente suele ser el centro del poder y de la atención mediática. Las coberturas personalizan la política y se enfocan más en el estilo, las emociones y los conflictos del líder que en debates de fondo o propuestas colectivas.

Como efecto colateral, la lógica de "campaña permanente" se vuelve moneda corriente: cada gesto presidencial se convierte en noticia y cada declaración, en titular. Así, la agenda pública queda supeditada al ritmo de la puesta en escena mediática, desplazando la discusión institucional por la dramaturgia del liderazgo.

Intentan construir un sistema de medios que los respalde, con medios amigos o nuevos espacios de comunicación que apoyen al gobierno frente a los críticos.

