

# **La sociedad civil ante el sistema mediático. El Movimiento de Reforma de los Medios en Estados Unidos**

(Civil society and media system. The Media Reform Movement in the United States)

*Fernando Tucho*<sup>1</sup>

*Recibido el 24 de enero de 2006, aprobado el 31 de enero de 2006.*

## **Resumen**

El sistema de medios de comunicación de Estados Unidos es objeto habitual de análisis por parte de investigadores a la búsqueda de nuevas tendencias en el mercado mediático más influyente del planeta, amén del interés que por sí mismo genera para los expertos en Comunicación Internacional.

En este artículo<sup>2</sup> se presta atención no al sistema mediático estadounidense en sí sino al movimiento de reforma de ese sistema que ha venido surgiendo desde la sociedad civil organizada en este país. Así, se estudian los antecedentes y la actualidad de este movimiento, presentando una clasificación del tipo de organizaciones que lo componen, y se extraen conclusiones de un análisis de fortalezas y debilidades realizado sobre la realidad actual del mismo.

**Palabras clave:** Sociedad Civil, activismo, reforma del sistema mediático, Estados Unidos.

---

<sup>1</sup> Profesor Titular Interino del Departamento de Ciencias de la Comunicación 2 y del Grupo de Estudios Avanzados en Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos. [www.geac.urjc.es](http://www.geac.urjc.es) fernando.tucho@urjc.es

<sup>2</sup> Este artículo está extraído de una investigación realizada durante una estancia postdoctoral en el *Center for Communication and Civic Engagement* de la Universidad de Washington, bajo una ayuda a la movilidad de la Universidad Rey Juan Carlos. Este centro está dirigido por el profesor W. Lance Bennett.

## **Abstract**

The mass media system in the United States is frequently an object of analysis by researchers looking for new tendencies in the most influential media market of the planet, quite apart from the interest it holds in itself for experts in International Communication.

This article concentrates not only on the US media system but also on the movement to reform that system that has emerged from within organised civil society in this country. The antecedents and the present situation of this movement are studied, presenting a classification of the type of organisations that form it, and conclusions are drawn from an analysis of the strengths and weaknesses of its present state.

**Key words.** Civil Society. Activism. Reform of the media system. United States.

## **Laburpena**

Estatu Batuetako komunikabide-sistema aztertzen dute ikerle askok, beti ere planetako merkatu mediatiko eragintsuenean norabide berreen bila. Nazioarteko komunikazioko aditueta ere interesa sortzen du.

Artikulu honetan ez da Estatu Batuetako sistema mediatikoa aztertzen, lurralde hartan antolatutako gizarte zibilak sortu duen erreforma-mugimendua. Mugimendu haren aurrekinak eta gaurkotasuna aztertzen dira, osatzen duten elkarte-motaren sailkapen bat aurkezten da, eta gaurko errealitatearen gaineko sendotasun eta ahulezien analititik konklusioak ateratzen dira.

**Hitz gakoak:** Gizarte zibila. Aktibismoa. Sistema mediatikoaren erreforma. Estatu Batuak.

## 0.Introducción

La existencia en Estados Unidos de una oposición desde la sociedad civil al sistema dominante de medios es tan antigua como el propio sistema, especialmente desde que éste se fue decantando por el modelo comercial (a lo largo del siglo XIX) y las grandes corporaciones se fueron convirtiendo en el eje central del mismo (el proceso de concentración de la propiedad de los medios tuvo un primer impulso determinante durante el último cuarto del siglo XIX y el primero del XX, aunque no sería hasta la década de los 80 y 90 cuando las grandes fusiones empresariales darían lugar al sistema oligopolístico que hoy conocemos). En lo que toca a nuestra era más reciente, diversos autores recogen cómo durante las últimas cuatro décadas del siglo XX la preocupación en torno al tema de los medios fue en aumento, generando una creciente conciencia social que fue derivando en acciones concretas para tratar de influir en las políticas de comunicación (McChesney, 2004; Mueller, Kuerbis y Pagé, 2004; The Listening Project, 2004)<sup>3</sup>.

Este proceso de creciente concienciación por parte de grupos de la sociedad civil, con la consiguiente presión sobre los legisladores, fue dando pequeñas victorias parciales, como en la aprobación y posterior modificación de la *Cable Act* (1984 y 1992, respectivamente), donde entre otros beneficios para el consumidor/ciudadano se obligó a los operadores de cable a dar espacio a las programaciones locales, o en la batalla por legalizar las emisoras de FM de baja potencia. El resultado final de esta última campaña no fue el inicialmente esperado, ya que debido a las presiones del poderoso lobby de las radios comerciales, la medida que se aprobó a finales del año 2000 permitió finalmente un menor número de licencias locales de las previstas. Pero, en todo caso, como señala McChesney, por primera vez en mucho tiempo la elaboración de una norma que afectaba al sistema de medios de comunicación salía de la oscuridad de los círculos de poder y, lo que era aún más importante, los activistas pro-reforma de los medios aprendían que “organizándose en torno a propuestas tangibles de reforma podían generar apoyo po-

---

<sup>3</sup> El estudio de Mueller, Kuerbis y Pagé recoge un análisis cuantitativo de la acción ciudadana colectiva tratando de influir en las políticas de la información y la comunicación en Estados Unidos durante las cuatro últimas décadas del siglo XX, señalando, entre otros elementos, cómo han ido variando los objetos específicos de preocupación.

pular y una atención mantenida” por parte de los legisladores (McChesney, 2004: 258)<sup>4</sup>.

Pero sin duda, el episodio que marcó un antes y un después en el surgimiento de un Movimiento de Reforma de los Medios en Estados Unidos, significando un empuje determinante al surgimiento y reforzamiento de organizaciones y redes así como a la concienciación de amplios sectores de la ciudadanía, fueron los planes del gobierno de George W. Bush para relajar las normas de regulación de la propiedad de los medios.

### **1. La FCC y la oposición civil a las grandes corporaciones**

En 2002, el presidente de la *Federal Communications Commission* (FCC), organismo encargado de la regulación de las comunicaciones en Estados Unidos<sup>5</sup>, comenzó a preparar una revisión de las normas de regulación de la propiedad de los medios que suponía en la práctica abrir la puerta para que las grandes corporaciones pudieran aumentar su control sobre el mercado mediático. Lo que en principio parecía que iba a ser un proceso sencillo y cuasi-secreto, como era habitual, se convirtió en una de las normas más contestadas socialmente en la historia de los EE.UU., con más de tres millones de mensajes enviados a la propia FCC y a los legisladores de congreso y senado oponiéndose a esta medida<sup>6</sup>. El resultado fue que a pesar de la aprobación de la norma en 2003 por la mayoría republicana en la FCC, los legisladores y las cortes tomaron cuentas en el asunto ante la presión popular hasta revertir la propuesta. ¿Cómo fue posible movilizar a estos más de tres millones de ciudadanos y ciudadanas?

Evidentemente, fueron muchas las organizaciones que se movilizaron y que movilizaron a muchos de sus seguidores en contra de esta normativa (un estudio elaborado por el *Center for International Media Action* contabilizó al

---

<sup>4</sup> Todas las citas han sido traducidas del inglés por el autor del artículo.

<sup>5</sup> El presidente por entonces era Michael Powell, hijo del general Colin Powell y conocido ultraliberal elegido por George W. Bush para ocupar el cargo.

<sup>6</sup> Para una revisión breve de este proceso véase CIMA, 2005a; McChesney, 2003; Silver y McChesney, 2005. Para más detalle consultar McChesney, 2004: capítulo 7.

menos 250 organizaciones implicadas de una u otra forma en la movilización (CIMA, 2005a).

Desde que en 2001 Michael Powell se hiciera cargo de la FCC con una agenda claramente liberalizadora, aquellas organizaciones vigilantes de las políticas de comunicación comenzaron a dar la voz de alarma, organizando encuentros informativos y activando a otras organizaciones. Cuando en septiembre de 2002 se anunció la revisión completa de las normas de propiedad de los medios, los esfuerzos se redoblaron: la información comenzó a circular más vivamente, los eventos públicos se multiplicaron, las relaciones entre las organizaciones se reforzaron –creándose las primeras redes con cierta amplitud como la *Media Diversity Coalition*, integrada por una decena de colectivos-, y la movilización se extendió más allá de los grupos de activistas directamente preocupados por cuestiones de comunicación hacia todo tipo de colectivos sociales, independientemente de su orientación o ideología: asociaciones de creadores, grupos ecologistas, asociaciones educativas, organizaciones de derechos civiles, iglesias y grupos religiosos, pacifistas, defensores de las minorías, redes de consumidores, defensores de la infancia, pequeñas compañías de medios, ... “Los intereses eran diferentes, pero el mensaje común era claro: los límites en la propiedad de los medios son necesarios para proteger la diversidad de voces y de elección para el público” (CIMA, 2005a: 5).

Los grupos de izquierdas, más preocupados por la baja calidad de la información, por la falta de debate público o por la escasez de voces disidentes en los medios; los más conservadores, por el declive de la propiedad local de las empresas de comunicación –que hacía más difícil transmitir sus mensajes al público- o por el ascenso de la indecencia en los medios, todos ellos se unieron en un fin común (sirva de curioso ejemplo de esta mezcla que mientras organizaciones pacifistas como *United for Peace and Justice* o *Global Exchange* lanzaban a las calles a miles de personas en todo el país relacionando la concentración de medios con el tratamiento informativo probélico en relación al caso de Irak, la poderosa Asociación Nacional del Rifle movilizaba a más de 300.000 seguidores para defender sus espacios mediáticos pro-armamentísticos en peligro con la desaparición de los medios locales).

A entender de varias de las organizaciones que participaron más activamente en la movilización, cinco fueron las claves que permitieron el éxito

conseguido: las colaboraciones informales entre organizaciones, nacionales y de base, intercambiando recursos y conocimiento y ampliando la red hacia organizaciones con mayor influencia política como académicos, periodistas o partidos progresistas; la redistribución de ayudas obtenidas por algunas organizaciones hacia otras; el trabajo extra de contratados y voluntarios de las organizaciones; la explotación de los recursos que permite Internet para informar, debatir, participar, etc; y la implementación de otra serie de estrategias que incluían acciones legales y legislativas (Matani *et al.*, 2004: 4-9).

Por su parte, para McChesney y Silver, el mensaje a extraer de esta movilización sin precedentes era claro: una vez concienciada la población de que el sistema mediático no es algo natural y por tanto factible de ser modificado, se abrió la puerta a su reforma. La participación de la sociedad civil era la respuesta a los problemas del sistema mediático (McChesney, 2004; Silver y McChesney, 2005).

## **2. De la oposición a la FCC al surgimiento de un Movimiento de Reforma de los Medios**

Tras la explosión movilizadora de 2003 se produjeron varios encuentros nacionales con el objetivo de evaluar lo ocurrido<sup>7</sup> y de asentar en lo posible un movimiento continuado en pro de una reforma del sistema mediático en Estados Unidos. A destacar entre estos encuentros, las dos ediciones ya celebradas de la Conferencia Nacional para la Reforma de los Medios, la primera celebrada en noviembre de 2003 y la segunda en mayo de 2005. Atendiendo a la cuestión que formulara Hackett acerca de si es necesario un movimiento específico para la democratización de los medios (Hackett, 2000), podríamos decir que las decenas de organizaciones que participaron activamente en estas conferencias –ahora sí claramente de mayoría progresista y vinculadas directamente a cuestiones de comunicación- lo hicieron con la intención y la autoconciencia de formar y mantener un movimiento continuado en pro de un nuevo sistema mediático más democrático, más allá de episodios puntua-

---

<sup>7</sup> A este respecto es especialmente interesante consultar el informe de Matani *et al.*, 2004.

les como los ocurridos hasta entonces<sup>8</sup>. Sin entrar en la definición de movimiento social de la teoría clásica, sí podríamos hablar pues en Estados Unidos de la existencia de un movimiento específico para la reforma de los medios, por amplia y variada que sea su composición, desde el momento en que decenas de organizaciones a lo largo de todo el país se sienten parte de él.

### 2.1. *¿Quién compone este movimiento y qué tipo de objetivos persiguen?*

Sería imposible enumerar todas las organizaciones que pueden estar conformando este movimiento, por falta de espacio y, más importante aún, por la imposibilidad de abarcar la amplitud de un movimiento abierto y en continua evolución como éste. Con todo, atendiendo a diversos estudios elaborados al respecto y a la propia visibilidad de aquellas organizaciones más activas, sí es factible tratar de caracterizar qué tipo de actores conforman el “núcleo” de este movimiento (aquellas organizaciones que tienen su foco primordial en problemáticas de comunicación, promoviendo diversos objetivos/acciones que el *Center for International Media Action* clasifica como sigue: fortalecimiento de la democracia y el compromiso ciudadano; fortalecimiento de los medios y productores independientes; defensa de los derechos de los consumidores; defensa y educación de la infancia; promoción de la moralidad en los contenidos de los medios; defensa de las condiciones de trabajo de los profesionales de los medios; y empoderamiento y mayor visi-

---

<sup>8</sup> La definición de qué se entiende por un sistema democrático de medios de comunicación no es una cuestión resuelta ni mucho menos, y requiere de una cuidadosa reflexión para no caer en visiones etnocéntricas, como nos hace ver Baines (2004). A pesar de las divergencias entre las definiciones de las diversas organizaciones, Hackett ha encontrado un alto grado de convergencia en objetivos como: ampliar el espectro de voces accesibles a través de los medios, la construcción de una esfera pública igualitaria, la promoción de valores y prácticas acordes al mantenimiento de una democracia o el combate de las desigualdades políticas y económicas existentes a lo largo del sistema social. Citando a Jakubowicz, Hackett añade que puede resultar más adecuado hablar de “democracia comunicativa” antes que de “comunicación democrática” con el fin de subrayar que la democracia en sí misma debe construirse sobre una comunicación que promueva la igualdad (Hackett, 2000).

bilidad de las diversas minorías en lo que respecta a los medios (CIMA, 2005b).

Así pues, atendiendo a sus actividades y objetivos principales podemos decir que el núcleo del movimiento de reforma se compone de los siguientes tipos de organizaciones (como toda clasificación, artificial por otra parte):

- *Organizaciones que dan apoyo a otros grupos y ciudadanos, principalmente en cuestiones informativas y formativas*: estas organizaciones cumplen una labor fundamental en la articulación del movimiento, ocupando un lugar destacado en cuanto a visibilidad, posiblemente por su orientación hacia todo el ámbito nacional y por su mayor cercanía a ciertas esferas de toma de decisiones. Éste es el caso de grupos como el *Center for Media and Democracy*<sup>9</sup>, con una amplia producción informativa y analítica sobre cuestiones de medios; el *Center for Digital Democracy*, orientado hacia las posibilidades de las nuevas tecnologías con campañas como la “Digital Destiny Campaign”; el *Prometheus Radio Project*, pionero en la lucha por los radios libres y miembro de la *Microradio Empowerment Coalition*; el *Media Access Project*, organización privada especializada en lidiar con tribunales y legisladores; o el ya mencionado *Center for International Media Action*, autor de estudios periódicos sobre todo lo referente al movimiento de reforma de los medios.

- Cercano al grupo anterior, otra serie de *organizaciones se posicionan más como observatorios o vigilantes de los medios* (una figura ésta de los *watchdog* profundamente enraizada en el ideario e imaginario estadounidense): en esta función destacan grupos como FAIR (*Fairness & Accuracy in Reporting*), pionero en estas labores con casi tres décadas de trabajo a sus espaldas; o *MediaChannel*, cuyo eslogan es “As the media watch the world, we watch the media”.

- Un tercer grupo de organizaciones, que junto a los dos anteriores podrían conformar una macrocategoría en lo que en Estados Unidos se ha dado en llamar “organizaciones intermediarias”, dan un paso más allá desde la investigación y la elaboración de informes para promover la *problematización de las cuestiones relativas a la comunicación y sus medios entre la ciudadanía en general* (una labor que la experiencia ha revelado como fun-

---

<sup>9</sup> Webgrafía de todas las organizaciones citadas en Anexo al final de este artículo.

damental para el éxito de cualquier movimiento) y su implicación en los procesos que llevan a la elaboración de las políticas de comunicación: aquí destacan grupos como *Free Press*, fundada por el académico y activista Robert McChesney y organizadora de las conferencias para la reforma de los medios; *Reclaim the media*, *Media Tank* o el *Global Action Project*, centrado este último en el trabajo con jóvenes de las clases menos favorecidas.

- Si la problematización de los medios es una labor fundamental, su correlato es la *educación/alfabetización en comunicación*, y a ella se dedican un buen número de organizaciones integrantes del movimiento, como la *Action Coalition for Media Education* o la *Alliance for a Media Literate America*.

- Por último, una parte fundamental de este movimiento son los propios *medios de información/comunicación alternativos y promotores del periodismo cívico*, entre ellos: *Common Times*, espacio para compartir y debatir sobre la información diaria; *OneWorld TV* y *OneWorld Radio*, miembros de la red de información internacional sobre movimientos sociales *OneWorld Net*; o el programa de periodismo crítico “Democracy Now!”, dirigido por la periodista y escritora Amy Goodman y que ha supuesto el principal hito de colaboración entre emisoras públicas y comunitarias a lo largo de todo el país para su difusión. Amén del sin número de medios locales de radio y televisión, publicaciones independientes y medios locales informativos en Internet como los *Independent Media Center*.

Junto a esta serie de organizaciones centradas en cuestiones de comunicación, hay que reconocer la importante labor que están desarrollando otros grupos con una labor más enfocada a promover la formación y el debate ciudadano en general, mostrando la importante conexión existente entre comunicación y democracia. Hablamos de espacios on-line de discusión política como *MoveOn*, *Free Republic* (éste de corte manifiestamente conservador) o *Citizen Outreach* y de organizaciones como el *Center for Communication and Civic Engagement*, el *Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement*, el *Center for Civic Education* o los numerosos *Community Media Centers* extendidos a lo largo del país. Y, por último, también vienen jugando un papel importante en el movimiento de reforma diversas organizaciones de consumidores, como la *Consumer Federation of America*, pionera en la movilización de 2002-2003 contra los planes liberalizadores de la FCC.

### 3. Presente y futuro del movimiento: análisis de fortalezas y debilidades<sup>10</sup>

Desarrollo y refuerzo de organizaciones y redes, encuentros periódicos, análisis y seguimiento de medios, investigación y elaboración de informes, actividades de educación, “culture jamming”<sup>11</sup>, campañas y estrategias informativas, emisión y difusión desde medios alternativos, ... Estas y otras acciones concretas mantienen ocupadas a todas estas organizaciones, sintetizables en cinco grandes apartados: movilización, educación, presión política (*advocacy*), organización e investigación, según el mapa del movimiento en pro de Justicia-Derechos-Reforma de los medios elaborado por el CIMA (2005b).

Pero, más allá de estos activos, ¿qué debilidades afrontan actualmente estas organizaciones? ¿Y cuáles son las respuestas en que vienen trabajando, aprovechando las fortalezas con que cuentan, para convertir esas amenazas en oportunidades?:

- *Reforzar la capacidad de organización, interna y externa*: diversos estudios realizados coinciden en mostrar la conciencia de muchas organizaciones en su necesidad de reforzar sus propias estructuras, a la vez que es necesario seguir construyendo redes locales, nacionales e internacionales. A este respecto, Hackett extrae como conclusión de sus investigaciones la necesidad que tienen los colectivos de construir coaliciones que sean suficientemente amplias para ser políticamente efectivas, pero no tanto como para contener divisiones internas potencialmente paralizantes. “Una mayor coordinación o colaboración son esenciales, pero ni es posible ni necesario encajar a todo el activismo progresista en cuestiones de medios dentro de la misma tienda” (Hackett, 2000).

---

<sup>10</sup> No se presenta un análisis DAFO completo sino que se ha optado por centrarse en el ámbito interno de las organizaciones, y por ende del movimiento, a través de la interrelación entre sus fortalezas y debilidades.

<sup>11</sup> Para más información sobre qué es y quiénes son los principales representantes del *Culture Jamming* ver:  
<http://depts.washington.edu/ccce/polcommcampaigns/CultureJamming.htm>

En este proceso de construir coaliciones, tanto Hackett como Siochrú coinciden en la importancia de encontrar el marco adecuado que dé sentido al trabajo de diversas organizaciones con fines comunes pero potencialmente estrategias diversas. “Un movimiento necesita un foco común y convincente, tal como el derecho a comunicar, pero que permita a diferentes grupos participar en formas diferentes sin sacrificar su autonomía” (Hackett, 2000). Siochrú, quien mantiene que uno de las posibles debilidades de muchas campañas en temas de comunicación que terminan fracasando es el desacierto a la hora de enmarcar adecuadamente los temas abordados, propone un modelo de *framing* en dos niveles: un primer “marco unificador”, que puede ser ejemplificado con el derecho a comunicar, con una función estratégica dirigida a ligar y coordinar campañas diversas y a focalizar los esfuerzos comunes sobre los sujetos de cambio; y un segundo nivel de “sub-marcos” o “marcos temáticos”, que dividirían el marco común en varios asuntos diferentes pero interrelacionados que pueden ser encuadrados individualmente y que ayudarían a acercar el marco común a las preocupaciones más directas de los individuos y comunidades y a apuntar más claramente hacia las soluciones (Siochrú, 2003).

- En aras de profundizar en la edificación de esas redes, los grupos reconocen diversos desafíos que necesitan ser afrontados, tales como la clarificación de valores dentro de los diversos grupos y el reconocimiento de las diversas teorías sobre el cambio social que cada grupo puede tener; la comprensión y clarificación de los objetivos y expectativas del trabajo en red; o la comprensión y clarificación de las relaciones entre grupos a diversos niveles en cuanto a tamaño, ámbito de influencia o labor principal dentro de la red (a este respecto, en Estados Unidos se ve complejo cómo cubrir el salto entre organizaciones de base, por ejemplo aquellas implicadas en la búsqueda de equidad en las representaciones de los medios (*Media Justice*), y aquellas otras más cercanas a las élites de poder). *Comprender y valorar los diversos valores, teorías del cambio y roles*, para ver en qué medida se pueden convertir en una fortaleza y no en un motivo de división, se convierte así pues en otro de los retos para las organizaciones.

- También se muestra como una debilidad a este respecto la falta de *un mayor grado de conocimiento acerca de diversos modelos de organización*, así como de las mejores prácticas en diferentes sectores.

- Resultado del refuerzo de las redes debería derivarse la consecución de otro objetivo primordial: *un mayor grado de intercambio de información y conocimiento*. Para ello también supone un reto para muchas organizaciones mejorar sus *capacidades para sistematizar conocimientos*, por un lado, y *para ponerlo en circulación*, por otro. El uso de las tecnologías digitales cobra un protagonismo especial a este respecto, aunque sus potencialidades al servicio de la labor transformadora de las organizaciones pueden ir mucho más allá de la transmisión de información (Bennett, 2003a; 2003b).

- Necesidad de *funcionar de manera activa y no solo reactiva*, marcándose una agenda cohesionada para el cambio que supere los objetivos fragmentados. Ello supone dedicar espacio y tiempo para la reflexión, de tal manera que se puedan desarrollar acciones anticipatorias antes de que las posibles crisis se desarrollen. Esta agenda definida también podría suponer un acicate a la hora de captar fondos.

- Para esta labor anticipatoria puede ser de especial importancia la *necesidad de reforzar los puentes entre instituciones académicas y grupos sociales*, hasta ahora una fortaleza detectada pero poco explotada. A este respecto, la necesidad de contar con investigación práctica y fiable pero que dé información útil con el tiempo suficiente como para reaccionar ante lo que está ocurriendo o ante lo que puede venir se convierte en una tarea fundamental<sup>12</sup>. Según un estudio elaborado a partir de las necesidades de grupos sociales al respecto, tres son las grandes cuestiones a las que los investigadores pueden ayudarles a dar respuestas adecuadas: ¿por qué estamos luchando?: la visión de conjunto, las mejores propuestas; ¿cuáles son las evidencias de nuestros argumentos?: investigaciones sobre los impactos sociales de las prácticas y las políticas de los medios; y ¿cómo tener éxito, cómo luchar?: alimentando con investigación las estrategias políticas (Dichter, 2004).

- Sin que deba ocupar el puesto principal en la lista de desafíos, pero sin poder olvidarse de ella, la *limitación de fondos y recursos* es otra de las debilidades siempre presentes, aunque no para todas las organizaciones por igual. La formación para conseguir fondos, máxime en un país donde la ma-

---

<sup>12</sup> A modo de ejemplo, véase el documento “The citizen’s guide to the airwaves” (Snider, 2003).

yoría de la financiación viene de grupos o individuos privados, es un requerimiento fundamental para la mayoría de las organizaciones. Asimismo, la escasez de fondos disponibles para este campo genera competencias entre los propios grupos que derivan en dificultades para trabajar conjuntamente. Una vía de solución es identificar los recursos con que cada grupo cuenta de tal manera que se puedan distribuir las responsabilidades dentro de la red en función de lo ya existente, compensando con las fortalezas de unos las carencias de otros.

- *Necesidad de generar un amplio apoyo público*, revirtiendo un hábito muy extendido en nuestras sociedades por el cual mucha gente tiende, en palabras de Bennett, a “externalizar su ciudadanía” (“que se informen y actúen otros”). Para ello es fundamental reforzar el desarrollo de acciones de información, problematización y formación, en lo posible de manera coordinada, labores en la que las organizaciones implicadas tienen en su amplia experiencia una de sus mayores fortalezas.

- Para ello también es fundamental *implicar a todo tipo de organizaciones sociales*, bien de manera continuada bien en campañas concretas, pues, como afirma McChesney, “independientemente de cuál sea el primer tema de importancia para cualquier grupo progresista, su segundo tema de preocupación deberían ser los medios y la comunicación, porque en la medida en que los medios estén en manos corporativas, la tarea del cambio social será mucho más complicada, sino imposible” (McChesney, 1997: 71). O, argumenta Siochrú, dado que el mismo sistema político-económico está detrás de los principales problemas de nuestras sociedades, y sabiendo que los grandes medios son una herramienta fundamental de su funcionamiento, la reforma de este sistema de medios debería ser un objetivo prioritario de cualquier movimiento social (Siochrú, 2003), más allá de la simple lucha por conseguir visibilidad en los grandes medios que la mayoría de grupos sociales han enfrentado alguna vez<sup>13</sup>. Este razonamiento resultó obvio en la movilización de 2002-2003 contra los planes de la FCC.

---

<sup>13</sup> A este respecto, es interesante el análisis que realiza Hackett diferenciando entre la labor tradicional de organizaciones pacifistas y ecologistas, cuyo objetivo hacia los medios parecía limitarse a la visibilidad, de aquella realizada por grupos pro igualdad en cuestiones de género o étnicas, mucho más conscientes del papel

De cómo estos desafíos se conviertan en activos, de cómo estas debilidades sean compensadas con sus fortalezas, dependerán muchas de las batallas que actualmente enfrentan las organizaciones implicadas en este movimiento de democratización de la comunicación en Estados Unidos, y que incluyen desde nuevos impulsos a la conquista de un mayor espacio para radios locales gracias a los avances de las tecnologías digitales (McChesney, Nichols y Scott, 2005; Werbach, 2003)<sup>14</sup>, hasta la lucha por reducir la brecha digital a través del acceso universal a Internet, inalámbrico y con banda ancha, en que están embarcadas algunas ciudades<sup>15</sup>.

#### 4. A modo de conclusión

En este artículo se ha realizado una aproximación al movimiento de reforma de los medios existente en la actualidad en los Estados Unidos, un movimiento que cuenta con antecedentes que pueden ser indagados en décadas, incluso siglos, anteriores, pero que tiene su punto de giro definitivo en el movimiento de oposición ciudadana contra los planes de la *Federal Communications Commission* para relajar las normas de propiedad de los medios.

Este movimiento está mantenido por un amplio número de organizaciones, que cuentan con autoconciencia de pertenecer al mismo, y que desempeñan en su seno un variado número de funciones. Acercándonos a una tipología del perfil de estas organizaciones, podemos clasificarlas en cuatro grandes categorías:

- Organizaciones intermediarias, que se posicionan entre las organizaciones de base y el *establishment* político-económico, apoyando a las primeras en diversas labores de información, formación e investigación y sirviéndoles de enlace con el segundo.

---

estructural de los medios en estas desigualdades y por tanto comprometidos con su reforma (Hackett, 2000).

14 Para ver un ejemplo de cómo acercar este tema a la mayoría de los ciudadanos, véase Snider y Holmes, 2004.

15 Para más información al respecto véase:  
<http://mediatank.org/Issues/wireless/act183>

- Organizaciones de educación en comunicación, dirigidas a la formación de una ciudadanía crítica en materia de comunicación, base de cualquier movimiento de reforma de los medios.

- Medios de comunicación locales, alternativos y contrainformativos, cuya principal función es poner en práctica en todos los soportes existentes otros modelos comunicativos.

- Organizaciones sociales de apoyo a la ciudadanía no centradas exclusivamente en cuestiones de comunicación, incluyendo desde espacios de discusión política hasta asociaciones de consumidores.

Por último, nos hemos acercado a la situación actual interna del movimiento a través del análisis de sus principales fortalezas y debilidades. Entre las primeras, la experiencia ya adquirida en campañas anteriores y al amplia riqueza de organizaciones; entre las segundas, la debilidad interna que todavía viven muchos colectivos en particular y las redes creadas entre ellos en general, así como debilidades estructurales en el intercambio de información, en la capacidad para construir agendas y en la distribución de fondos.

A partir de aquí se abren nuevas vías para continuar investigando en esta visión poco explotada de la realidad del sistema mediático estadounidense, permitiendo plantear análisis comparativos con los movimientos que vienen desarrollándose en nuestros escenarios más próximos a nivel regional, estatal y local.

## Referencias

- BAINES, Paul (2004). Media Democracy Day. **En:** [<http://www.mediaactioncenter.org/?q=node/311>]. Fecha de consulta: 13/11/2005.
- BENNETT, W. Lance (2003a). Communicating Global Activism: Strengths and Vulnerabilities of Networked Politics. **En:** *Information, Communication & Society*, 6 (2), p. 143-168. [<http://depts.washington.edu/ccce/assets/documents/pdf/communicating-globalactivism.pdf>]. Fecha de consulta: 1/11/2005.
- BENNETT, W. Lance (2003b). New Media Power: The Internet and Global Activism. **En:** COULDRY, N. y CURRAN, J. (eds.). *Contesting Media Power: Alternative Media in a Networked World*. London: Rowman & Littlefield. [<http://depts.washington.edu/ccce/assets/documents/pdf/newmediapower.pdf>]. Fecha de consulta: 1/11/2005.
- CIMA (2005a): Media Policy Action Directory. New York: Center for International Media Action. **En:** [[http://www.mediaactioncenter.org/files/directory\\_onscreen.pdf](http://www.mediaactioncenter.org/files/directory_onscreen.pdf)]. Fecha de acceso: 1/11/2005.
- CIMA (2005b): Remaking The Media: A Map of Public Interest Agendas and Strategies. New York: CIMA: Center for International Media Action. **En:** [<http://www.mediaactioncenter.org/?q=map>]. Fecha de consulta: 1/11/2005.
- DICHTER, Aliza (2004). Connecting Research and Advocacy for Media and Communications in the Public Interest. CIMA: Center for International Media Action. **En:** [<http://www.mediaactioncenter.org/?q=node/487>]. Fecha de consulta: 15/11/2005.
- HACKETT, Robert A. (2000). Taking Back the Media: Notes on the Potential for a Communicative Democracy Movement. **En:** [<http://www.sfu.ca/~hackett/takingbackthemedial.html>]. Fecha de consulta: 25/10/1005.
- MATANI, Sheetal; Catherine BORGMAN-ARBOLEDA; Aliza DICHTER *et al* (2004). Strengths, Challenges, and Collaboration: Advocacy groups or-

- ganizing on media ownership and beyond. OMG Center for Collaborative Learning and Center for International Media Action. **En:** [<http://www.mediaactioncenter.org/?q=node/349>]. Fecha de consulta: 17/11/2005.
- MCCHESNEY, Robert W. (1997). *Corporate Media and the Threat to Democracy*. New York: Seven Stories Press.
- MCCHESNEY, Robert W. (2004). *The problem of the media: U.S. communication politics in the 21st century*. New York: Monthly Review Press.
- MCCHESNEY, Robert W.; John NICHOLS; Ben SCOTT (2005). Congress Tunes In. **En:** *The Nation*, May 23, 2005. [<http://www.thenation.com/doc/20050523/scott>]. Fecha de consulta: 13/11/2005.
- MUELLER, Milton; Brenden KUERBIS; Christiane PAGÉ (2004). Reinventing Media Activism: Public Interest Advocacy in the Making of U.S. Communication- Information Policy, 1960-2002. Syracuse: The Convergence Center, School of Information Studies-Syracuse University. **En:** [<http://dcc.syr.edu/ford/rma/reinventing.pdf>]. Fecha de consulta: 3/11/2005.
- SILVER, Josh; Robert W. MCCHESNEY, Robert W. (2005). Media uprising. **En:** *YES*, 33, p. 33-36. [<http://www.yesmagazine.org/article.asp?ID=1185>]. Fecha de consulta: 12/11/2005.
- SIOCHRÚ, Seán Ó. (2003). Democratising Communication Globally: Building a Transnational Advocacy Campaign. **En:** [<http://sos.comunica.org/docs/dcg.doc>]. Fecha de consulta: 11/11/2005.
- SNIDER, J.H. (2003). The Citizen's Guide to the Airwaves. Washington D.C.: New American Foundation. **En:** [<http://www.com.washington.edu/program/courses/a05/com597/J%20H%20Snider%20Citizen%20Guide%20to%20Airwaves.pdf>]. Fecha de consulta: 1/11/2005.
- SNIDER, J.H.; Nigel HOLMES (2004). The Cartoon Guide to Federal Spectrum Policy. Washington, D.C.: New America Foundation. **En:**

[[http://www.newamerica.net/Download\\_Docs/pdfs/Pub\\_File\\_1555\\_1.pdf](http://www.newamerica.net/Download_Docs/pdfs/Pub_File_1555_1.pdf)]. Fecha de consulta: 9/11/2005.

THE LISTENING PROJECT (2004). *The Makings of a Social Movement? Strategic Issues and Themes in Communications Policy Work*. Philadelphia: OMG Center for Collaborative Learning. **En:** [<http://www.omgcenter.org/listen/FINALREPORT.pdf>]. Fecha de consulta: 31/10/2005.

WERBACH, Kevin (2003). *Radio Revolution. The Coming Age of Unlicensed Wireless*. Washington, D.C: New America Foundation. **En:** [[http://www.newamerica.net/Download\\_Docs/pdfs/Pub\\_File\\_1427\\_1.pdf](http://www.newamerica.net/Download_Docs/pdfs/Pub_File_1427_1.pdf)]. Fecha de consulta: 16/11/2005.

**Anexo: Páginas web de las organizaciones citadas**

Action Coalition for Media Education: [www.acmecoalition.org](http://www.acmecoalition.org)

Alliance for a Media Literate America: [www.aamlainfo.org](http://www.aamlainfo.org)

Center for Civic Education: [www.civiced.org](http://www.civiced.org)

Center for Communication and Civic Engagement:

<http://depts.washington.edu/ccce/Home.htm>

Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement:  
[www.civicyouth.org](http://www.civicyouth.org)

Center for Digital Democracy: [www.democraticmedia.org](http://www.democraticmedia.org)

Center for International Media Action: [www.mediaactioncenter.org](http://www.mediaactioncenter.org)

Center for Media and Democracy: [www.prwatch.org](http://www.prwatch.org)

Citizen Outreach: [www.citizenoutreach.com](http://www.citizenoutreach.com)

Common Times: [www.commontimes.org](http://www.commontimes.org)

Consumer Federation of America: [www.consumerfed.org](http://www.consumerfed.org)

Democracy Now!: [www.democracynow.org](http://www.democracynow.org)

FAIR: [www.fair.org](http://www.fair.org)

Free Press: [www.freepress.net](http://www.freepress.net)

Free Republic: [www.freerepublic.com](http://www.freerepublic.com)

Global Action Project: [www.global-action.org](http://www.global-action.org)

Media Acces Project: [www.mediaaccess.org](http://www.mediaaccess.org)

MediaChannel: [www.mediachannel.org](http://www.mediachannel.org)

Media Tank: [www.mediatank.org](http://www.mediatank.org)

MoveOn: [www.moveon.org](http://www.moveon.org)

OneWorld Net: [www.oneworld.net](http://www.oneworld.net)

Prometheus Radio Project: [www.prometheusradio.org](http://www.prometheusradio.org)

Reclaim the media: [www.reclaimthedia.org](http://www.reclaimthedia.org)