



Hacia la democratización del sistema mediático europeo: análisis comparado de proyectos de reforma mediática en los programas de la izquierda alternativa

Towards the democratization of the European media system: a comparative analysis of media reform programs in the alternative left

Miguel Álvarez-Peralta

Universidad Rey Juan Carlos. España.

miguel.peralta@urjc.es



Raúl Rojas-Andrés

Universidad de Castilla La Mancha. España.

profesor.jrojas@uclm.es



Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

Álvarez-Peralta, Miguel y Rojas-Andrés, Raúl (2024). Hacia la democratización del sistema mediático europeo: análisis comparado de proyectos de reforma mediática en los programas de la izquierda alternativa [Towards the democratization of the European media system: a comparative analysis of media reform programs in the alternative left]. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 01-30. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2024-2068>

Fecha de Recepción: 13/04/2023

Fecha de Aceptación: 18/07/2023

Fecha de Publicación: 21/09/2023

RESUMEN

Introducción: Este artículo realiza una revisión comparativa y análisis crítico sobre las propuestas de reforma mediática de siete fuerzas europeas de la izquierda “alternativa” o “crítica”, provenientes de seis países (España, Portugal, Grecia, Alemania, Reino Unido y Francia). **Metodología:** El objetivo es evaluar la existencia o posibilidad de hojas de ruta y horizontes comunes sobre esa cuestión para la izquierda crítica europea y, especialmente, examinar qué aprendizajes pueda hacer la izquierda española del resto de fuerzas europeas. Para ello, se acomete una revisión documental y análisis de contenido comparado (Krippendorff, 1990) temático y cuantitativo de los programas electorales de ámbito nacional más recientes de cada partido. Se han recopilado y clasificado sus propuestas específicas y estilos de formulación, y se ha realizado sobre ello el análisis comparado. **Resultados:** Se proponen hasta tres taxonomías diferentes y compatibles para las medidas registradas. Las propuestas realizadas por diferentes partidos difieren notablemente tanto en volumen como en enfoque. Se ofrece una categorización de estas propuestas por ejes programáticos, temas y subtemas, así como un listado sintético de

las de cada partido. Se identifican incompatibilidades, áreas comunes, y vacíos programáticos. **Discusión:** Se discute la oportunidad de algunas formulaciones programáticas y se localizan posibles incorporaciones de interés para el caso de las fuerzas políticas de origen español. **Conclusiones:** Queda descartada la primera hipótesis de investigación, pero se valida el resto: sí existe ya, de *facto*, un cierto marco programático ampliamente compartido, aunque registra importantes puntos ciegos. Estos recaen, frecuentemente, sobre áreas diferentes en cada caso analizado. En tal medida, se comprueba la potencialidad de préstamos y aprendizajes mutuos entre los diferentes partidos y el potencial avance que esto podría suponer en la articulación de un marco programático común que genere sinergias hacia una reforma mediática democrática en el ámbito europeo.

Palabras clave: Reforma mediática; Sistema de medios; Economía Política de la Comunicación; Izquierda alternativa; Comunicación política; Políticas mediáticas; Políticas de comunicación.

ABSTRACT

Introduction: This article carries out a comparative review and critical analysis of the media reform proposals of seven European 'alternative' or 'critical' left forces¹ from six countries (Spain, Portugal, Greece, Germany, the UK and France). **Methodology:** The aim is to assess the existence or possibility of common roadmaps and horizons on this issue for the European critical left. To this end, a documentary review and thematic and volumetric analysis (Krippendorff, 1990) of the most recent national electoral programs of each party was undertaken, their specific proposals and styles of formulation were compiled and classified, and a comparative analysis was carried out. **Results:** Up to three different and compatible taxonomies are proposed for the measures recorded. The proposals made by different parties differ markedly in both volume and approach. A categorisation of these proposals by programmatic axes, themes and sub-themes is provided, as well as a summary list of each party's proposals. Incompatibilities, common areas, and programmatic gaps are identified. **Discussion:** the timeliness of some programmatic formulations is discussed, and possible incorporations of interest for the case of political forces of Spanish origin are identified. **Conclusions:** The first research hypothesis is discarded, but the rest is validated: a certain widely shared programmatic framework already exists *de facto*, although it registers important blind spots. They frequently fall on different areas in each case analysed, thus proving the potential for mutual borrowing and learning between the different parties and the potential progress that this could mean in the articulation of a common programmatic framework that generates synergies towards a democratic media reform in the European sphere.

Keywords: Media reform; Media system; Political Economy of Communication; Alternative left; Political communication; Media policies; Communication policie.

1. Introducción

Vivimos un contexto político-económico internacional atravesado por, al menos, tres graves amenazas globales dialécticamente retroalimentadas entre sí: la amenaza de cronificación y escalamiento de la guerra Ucrania-Rusia a un conflicto internacional entre bloques amplios, fundamentalmente entre EEUU y China; la amenaza del creciente impacto socioeconómico de la crisis climática; y la amenaza de involución democrática, de retrocesos en materia de justicia social y pérdida de derechos, derivada de las dos dinámicas anteriores en paralelo al auge de los destropopulismos¹ en todo el mundo. La crisis financiera generada por la burbuja inmobiliaria en 2008 se cerró en falso en la mayoría de países europeos. Dicho cierre se efectuó con políticas de ajuste estructural que fallaron en conseguir la recuperación de poder adquisitivo para las clases trabajadoras, en blindar los logros del llamado estado de bienestar construido en la segunda mitad del siglo pasado, así como en contener el crecimiento de la desigualdad económica, inaugurando así una nueva era de pobreza asalariada.

¹ Entendemos aquí por tales a los populismos de derecha, como son los casos de Donald Trump en EE.UU, Jair Bolsonaro en Brasil, Marine Le Pen en Francia, Giorgia Meloni en Italia o Santiago Abascal en España.

“La literatura científica sobre reforma mediática no es escasa. Existe de hecho una larga tradición al respecto relacionada con la Economía Política de la Comunicación y cuenta con teorizaciones muy específicas como las propuestas por Des Freedman (2014) o Manuel Puppis (2010).”

En este escenario, la configuración de los sistemas nacionales, regionales y globales de medios de intercomunicación de masas, son un factor clave en la configuración de las arenas políticas, y por tanto en la posibilidad de avance para todo tipo de movimientos sociales y demandas ciudadanas de democratización y justicia social. La reforma mediática es, *de facto*, un objetivo estratégico para las fuerzas de la izquierda transformadora o contrahegemónica, que buscan revertir todo aumento de las desigualdades y toda involución en materia de justicia social y derechos civiles. Cualquier logro en materia de políticas mediáticas les permitirán librar las demás disputas políticas en condiciones menos desfavorables, en espacios culturales menos sesgados y desequilibrados en favor de las élites económicas.

Partiendo de estas consideraciones, este artículo acomete una revisión comparativa y análisis crítico para evaluar e interconectar las propuestas políticas de reforma mediática presentes en los programas electorales nacionales de las fuerzas europeas de la izquierda “alternativa” o “crítica”. Los adjetivos *alternativa*, *crítica*, *contrahegemónica* o *transformadora*, responden a distintos intentos desde diferentes ámbitos (académico, militante, periodístico, etc.), para caracterizar la familia de las izquierdas a veces referidas en la prensa de masas como “radicales” o “extremas” (en concreto a Podemos, Syriza, Bloco de Esquerda, La France Insoumise, Die Linke o Momentum, corriente izquierdista dentro del laborismo británico, fuertemente influenciadas todas ellas por el paradigma marxista). Estas son socialmente ubicadas a la izquierda de las formaciones clásicas de la socialdemocracia, hoy devenidas en social-liberales (tales como PSOE, PASOK, PS francés, PS portugués, PSD, o la corriente del laborismo blairista, identificadas con el paradigma de la Tercera Vía). Las primeras se inscriben o referencian en el grupo parlamentario de La Izquierda-GUE/NGL, y las segundas en el de Alianza Progresista de Socialistas y Demócratas. Somos conscientes de las connotaciones y sesgos indeseados que introduce cada uno de los términos sugeridos, pero estimamos aún más sesgados las etiquetas periodísticas al uso, y apostamos por la variedad de calificativos para perimetrar un área ideológica de fronteras necesariamente imprecisas.

Hemos elegido, para realizar nuestro análisis, seis países: España, Portugal, Grecia, Alemania, Reino Unido y Francia. Nuestra elección se debe a que, en estos países, fuerzas partidistas y sociales representadas por figuras mediáticas como Pablo Iglesias, Catarina Martins, Alexis Tsipras, Janine Wissler, Jeremy Corbyn o Jean-Luc Mélenchon (respectivamente) han protagonizado en la última década importantes auges (y también declives) electorales. Han capitalizado en gran medida el descontento social generado por las medidas de austeridad generalizadas tras el hundimiento financiero de 2008. Eso ha hecho que lleguen a convertirse en socios imprescindibles para que la izquierda social-liberal hegemónica pueda recuperar o mantener posiciones de gobierno, como ha ocurrido en España y Portugal, o incluso llegando a gobernar en solitario, como en el caso de Grecia. En algunos países, su pujanza llegó a desplazar y marginar a la izquierda social-liberal anteriormente hegemónica, como ocurrió también en Grecia, en Francia, o en el interior del laborismo británico. Sin embargo, dicho auge atraviesa hoy en general momentos de reflujo y retroceso para todos estos partidos, corrientes y para los movimientos sociales en los que se sustentaron.

Sus programas de reforma mediática recogen propuestas emergidas generalmente desde la sociedad civil vinculada al sector de medios (sindicatos, organizaciones profesionales, tejido asociativo, movimientos sociales, ámbito académico, etc.). Su mapeo y análisis comparado nos permitirá evaluar las posibilidades de articular un marco programático compartido de reforma mediática también para niveles supranacionales, elemento determinante en un mundo de comunicaciones ya irreversiblemente globalizadas en lo que a la esfera pública digital se refiere. Pretende contribuir, así mismo, a impulsar y enriquecer los debates en curso y reflexiones académicas sobre este campo, tanto en el plano de las políticas públicas de comunicación como en el de la comunicación política y la construcción de discurso para la disputa político-cultural. Tales debates pueden contribuir a avanzar en la democratización de los sistemas de medios, en la mejora de sus niveles de representatividad, participación y pluralismo para favorecer que dichos sistemas ejerzan como apoyo y

no como obstáculo en la creciente materialización de los Derechos Humanos, los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) y demás retos democráticos que afrontan nuestras sociedades en la actual coyuntura histórica.

Dado que desarrollamos nuestro estudio en España y teniendo, entre otros, el interés de resultar de utilidad para el desarrollo programático relacionado con la reforma mediática de las fuerzas de izquierda crítica españolas, dedicaremos una especial atención al caso español, atendiendo no solo a una sino a dos fuerzas políticas de ese espectro de nuestro país.

1.1. Estado de la cuestión

La literatura científica sobre reforma mediática no es escasa. Existe de hecho una larga tradición al respecto relacionada con la Economía Política de la Comunicación y cuenta con teorizaciones muy específicas como las propuestas por Des Freedman (2014) o Manuel Puppis (2010). El primero, aporta una descripción sobre el rol del poder político y económico en la configuración de las regulaciones mediáticas y recorre “los medios por los cuales se marginan las opciones alternativas, se deslegitiman los valores en conflicto y se desconocen los intereses rivales” (Freedman, 2014, p.64.). Basándose en la teoría dialéctica de Deepa Kumar (2007) sobre la relación de los medios de comunicación comerciales con los movimientos sociales, Freedman explica también cómo las contradicciones sistémicas permiten a los movimientos sociales ejercer presión efectiva para ganar posiciones y hacer avanzar la agenda de reforma mediática ante las perspectivas patrocinadas por las élites (Freedman, 2014, pp.118-119). El segundo, por su parte, desarrolla una definición de gobernanza mediática basada en el nuevo institucionalismo sociológico (Puppis, 2010, pp. 143), que trata de captar la totalidad de regulaciones orientadas a organizar el sistema mediático, lo que nos permite a un tiempo ampliar y afinar el criterio de medidas considerables bajo dicho criterio. Estos abordajes teóricos se han realizado tanto desde perspectivas globales (Raboy y Padovani, 2010; Siochrú *et al.*, 2002) como desde perspectivas regionales y locales, con aportes destacados, por ejemplo, en lo casos como América Latina (Mestman y Mastrini, 1996) o Canadá (Gasher *et al.*, 2016).

Son frecuentes las teorizaciones que abordan el concepto de reforma mediática desde la necesidad de alcanzar una mayor salud política de las democracias contemporáneas. Señalan cómo la actual estructura de los medios de comunicación perjudica, paradójicamente, el funcionamiento democrático, toda vez que la función teórica del cuarto poder debería ser la fiscalización de las demás instancias de poder, no su alineación con ellas para un refuerzo mutuo de intereses particulares (Feintuck y Varney, 2006; Hackett, 2000; Lunt y Livingstone, 2011; McChesney, 2000; Trappel, 2011; Trappel y Meier, 2011). Sobresale, aquí, el premiado libro de R. McChesney, *Rich Media, Poor Democracy* (2000). L. Stein, D. Kidd y C. Rodríguez editaron un extenso volumen sobre el papel social transformador de los medios de comunicación alternativos para construir una sociedad más democrática, inclusiva y participativa (2009a). Con un enfoque más específico destaca, en nuestro país, el aporte de A. Barranquero-Carretero (20019a) sobre la necesidad de una regulación de los medios para una mejora de la vida ciudadana y los derechos humanos, y sobre cómo el periodismo social puede ser un catalizador para conseguir tal objetivo. Recientemente han aparecido acercamientos innovadores que plantean esta reforma desde el punto de vista de la emergencia climática, como algo en estrecha relación con la necesidad de construir modelos de producción y consumo más sostenibles (Park, 2021).

No faltan las revisiones de la historia de las legislaciones para regular los medios de comunicación, con prismas amplios que atienden a EEUU y Europa Occidental (van Cuilenburg y McQuail, 2003), o a países concretos como Argentina (Segura, 2011) o México (Esteinou, 2002). Portugal es el foco de atención del trabajo de Lameiras y Sousa (2017), en el que dan cuenta de las resoluciones y posicionamientos del Consejo de Europa y la Unión Europea sobre regulación del sector audiovisual y analizan cómo Portugal siguió estas recomendaciones de reforma mediática en el contexto de la crisis, entre 2008 y 2015. En el caso de España, contamos con trabajos como el de Sarikakis y Rodríguez-Amat (2014) sobre el cambio legislativo de la ley Sinde de propiedad intelectual en España.

Sin embargo, la perspectiva más común es, probablemente, la del activismo y los movimientos ciudadanos,

especialmente si abandonamos el campo teórico y atendemos a aportes centrados en experiencias prácticas. Encontramos trabajos con perspectiva internacional, que recogen experiencias de grupos activistas y de la sociedad civil realizadas en numerosos países (Freedman *et al.*, 2016; Padovani y Calabrese, 2014; Stein *et al.*, 2009b). Algunos de ellos analizan campañas internacionales concretas, como fue la campaña *CRIS: Communication Rights in the Information Society* (Thomas, 2006). Otros atienden a las formas más innovadoras de activismo mediático (Pickard y Yang, 2017). Los hay que realizan revisiones bibliográficas sobre el movimiento por la reforma mediática (Napoli, 2007) o que desarrollan reflexiones sobre qué puede hacer la ciudadanía para transformar las estructuras mediáticas y democratizar el sistema mediático (Hackett y Carroll, 2006). Entre estos últimos, el trabajo de Barranquero-Carretero (2019b) nos permite consultar un histórico de hitos de reformas mediáticas en todo el mundo. También contamos con aportaciones centradas en el activismo y los movimientos por la reforma mediática desde un enfoque regional. A menudo están centrados en EEUU, como el de Fones-Wolf (2006), que se enfoca en la lucha por la democratización de la radio, el de Miguel (2007) sobre la *Telecommunications Act* o los trabajos de Tucho (2006) y de McChesney (2009), valiosos para entender el movimiento por la reforma mediática en ese país. En nuestro país encontramos aportes sobre la eficacia del activismo para incidir en la agenda política parlamentaria a fin de promover una democratización de los medios (Álvarez-Peralta, 2017), sobre el papel de los movimientos sociales 15-M en España y #yosoy132 en México para democratizar el sistema de medios de comunicación, como paso necesario dentro del proceso general de democratización de la sociedad (Candón-Mena, 2013), sobre cómo los observatorios de medios pueden servir a la ciudadanía para impulsar reformas del sistema de medios (Rosique y Barranquero, 2016) o sobre iniciativas para que la ciudadanía controle y fiscalice la labor de los medios de comunicación (Barranquero-Carretero *et al.*, 2014).

Este diverso escenario bibliográfico nos señala, no obstante, un punto ciego que prácticamente no ha sido cubierto: el estudio de las propuestas programáticas sobre reforma mediática por parte de los partidos políticos. Dado que la mayor parte de trabajos se centran en iniciativas ciudadanas o hacen análisis de políticas públicas, son pocos los que adoptan el marco programático como objeto de estudio específico. Álvarez-Peralta le ha prestado cierta atención. En un primer trabajo, analiza las propuestas programáticas de reforma mediática de los principales partidos que concurrieron a las elecciones generales españolas de 2011 y 2016 (Álvarez-Peralta, 2017). En otro posterior, estudia la cobertura mediática que recibieron las propuestas de reforma mediática formuladas por Unidos Podemos en su primera legislatura (Álvarez-Peralta y Carañana, 2018) y, en un tercero, analiza, desde una perspectiva participante, los problemas que se presentan para los responsables de partido a la hora de configurar los posibles programas de reforma mediática en diálogo con la sociedad civil directamente implicada (Álvarez-Peralta, 2020). Sin embargo, el objeto concreto de los programas de reforma mediática empleados como herramienta electoral permanece ampliamente desatendido en el seno de los estudios sobre medios de comunicación.

Este artículo se propone cubrir esta laguna bibliográfica desde un prisma particular: conocer las propuestas programáticas de reforma mediática de algunos partidos de la izquierda contrahegemónica que actúan como referentes en el ámbito europeo, a saber, Reino Unido, Alemania, Francia, España, Portugal y Grecia. Y analizar si, a su luz, podemos identificar las opciones que la izquierda europea tiene para articular una hoja de ruta común a este respecto.

Cabe señalar que el análisis de las construcciones programáticas de la izquierda radical tiene especial interés dado que, salvo en períodos excepcionales y fugaces, estos partidos de izquierda crítica no se sitúan en posición de gobierno y, por tanto, no aprueban políticas públicas que podamos analizar. Sus propuestas son, de tal modo, programáticas y son estos programas una herramienta principal de intervención. Analizar las políticas públicas de la izquierda crítica es un objetivo que queda fuera de la perspectiva de nuestro marco metodológico. Además, los partidos que han solido ejercer posiciones de gobierno en Europa en los últimos sesenta años son los social-liberales y liberal-conservadores (o demo-cristianos). Tales partidos tienden a gestionar el sistema de medios existente, construido a partir de las premisas económicas del paradigma liberal, en lugar de plantear su reforma. Así las cosas, las propuestas de reforma quedan prácticamente en manos de los programas de izquierda aquí analizados. La ultraderecha, por su parte, como cuarto paradigma político a considerar en este reparto de posiciones, adopta un programa identificado, en general, con el paradigma más neoliberal (recorte del sector

público y comunitario, y desregulación para el sistema privado) en el caso de las ultraderechas neoliberales (como VOX en España o el gobierno de Giorgia Meloni en Italia), y con el control de contenidos en sentido conservador, en el caso de las ultraderechas más iliberales o híbridas (como FN en Francia, UKIP en Reino Unido, Chega en Portugal, o Amanecer Dorado en Grecia). Hablar de programas de reforma mediática en Europa es, por tanto y en general, hablar de programas de izquierda alternativa.

2. Objetivos

2.1. Hipótesis

Los objetivos de este trabajo son definidos en forma de interrogantes de partida o preguntas de investigación a responder, así como a través de las tres hipótesis de investigación que se enumeran a continuación:

- H1: No existe un marco programático ampliamente compartido entre las principales fuerzas referentes de la izquierda crítica o alternativa en Europa.
- H2: Existen vacíos programáticos en relación a este tema en sus programas políticos, pese a la importancia trascendental del mismo tanto a nivel de políticas públicas como de potencial impacto cultural e ideológico.
- H3: Las diferencias programáticas tienen que ver con esos vacíos (con diferentes priorizaciones y estilos de formulación y con distintos focos de interés), más que con supuestas incompatibilidades entre sus demandas o análisis, de modo que existen potenciales aprendizajes mutuos.

Este tipo de sincronía programática ha permitido a las izquierdas europeas, como sector político más conectado con los movimientos sociales más radicales y transformadores, generar sinergias muy fértiles en terrenos como la lucha feminista o las demandas económicas y laborales de justicia social. De tal modo se han coordinando esfuerzos a la hora de realizar estudios, denuncias y proyectos piloto, o producir argumentario. También ha permitido aunar voces para lograr dotar de mayor visibilidad y resonancia a dichas propuestas, como apreciamos en el caso de las propuestas para equilibrar la representación de la mujer en puestos de responsabilidad, fomentar la conciliación o el reconocimiento de los trabajos de cuidados. También en otras, como la Renta Básica Universal, la reducción de la jornada laboral, el refuerzo de los sistemas de pensiones o la disminución de la brecha fiscal entre rentas del capital y del trabajo. Este tipo de sincronía potencialmente fértil está pendiente de realización para las demandas de reforma mediática, en gran medida debido a su condición de tabú para el paradigma económico del neoliberalismo, dominante durante las últimas dos décadas del siglo pasado y la primera de este.

2.2. Preguntas de investigación

Los interrogantes-guía que sirven como punto de partida y orientación a este estudio, incluyen las 22 cuestiones siguientes:

1. ¿Está presente la cuestión de la reforma mediática en los programas de los partidos?
2. ¿En qué secciones se incluyen las demandas de reforma mediática? ¿Goza de un apartado o subapartado propio en los mismos, o tienden a incluirse estas propuestas dentro de otras secciones (como Economía, Industria, Igualdad, Justicia Social o Cultura)?
3. ¿Qué diferencias, similitudes, coherencias o incoherencias hay entre los programas de reforma mediática de los partidos de izquierdas en Europa tanto en enfoque como en propuestas específicas? ¿Existe un marco común o su posibilidad implícita? ¿Qué aprendizajes puede hacer la izquierda española?
4. ¿Qué propuestas específicas se realizan para cada uno de los tres sectores de la comunicación (privado,

público y tercer sector), o cada una de las principales tecnologías, canales y plataformas de comunicación masiva (tales como TDT, radio hertziana y digital, espectro radioeléctrico, Internet, plataformas digitales OTT o IPTV, los ISP, las redes sociales digitales, etc.)?

5. ¿Qué propuestas específicas se hacen sobre los sistemas de prensa y para el ejercicio de la profesión periodística y sobre el acceso a la producción cultural en medios?

3. Metodología

Nuestra técnica metodológica es el análisis de contenido comparado (Krippendorff, 1990; Piñuel 2002) y, en particular, el análisis de contenido documental (Moreiro y Marzal, 2001). Hemos analizado los programas de ámbito nacional más recientes del principal partido de izquierda contrahegemónica, alternativa o 'crítica' de cada uno de los países mencionados, es decir: *Die Linke* en Alemania, *La France Insoumise* en Francia, *The Labour Party* en Reino Unido, *Syriza* en Grecia, *Bloco de Esquerda* en Portugal y la coalición electoral Unidas Podemos en España. Como ya hemos señalado, dado que nuestro estudio se realiza en España y con intención de ser de utilidad para el desarrollo programático de las fuerzas de izquierda crítica españolas en cuanto a reforma mediática se refiere, hemos analizado también a Más País. El corpus resultante es el siguiente:

Tabla 1. Guías de estilo de acceso abierto sobre Palestina.

Partido	Programa
<i>Die Linke</i>	Programa electoral para las elecciones al Bundestag 2021
<i>La France Insoumise</i>	Cuaderno temático sobre medios de comunicación 2022 "L'information est un bien commun" del programa "L'Avenir en commun"
<i>The Labour Party</i>	Programa 'party manifesto' 2019
<i>Syriza</i>	Programa a las elecciones parlamentarias 2019
<i>Bloco de Esquerda</i>	Programa a las elecciones legislativas 2022
Unidas Podemos	Programa a las elecciones generales 2019
Más País	Programa a las elecciones generales 2019 (tanto el programa general resumido como los cuatro temáticos específicos)

Fuentes: Sitios web oficiales de los respectivos partidos políticos. Contacto con sus gabinetes de prensa o de Relaciones Internacionales. Elaboración propia.

Sobre dicho corpus, hemos aplicado dos vías de búsqueda para localizar propuestas relacionadas con los sistemas de medios de comunicación, en un sentido amplio:

1. Secciones específicas relacionadas con los medios de comunicación en los índices de cada programa.
2. Búsqueda a lo largo de cada programa empleando una lista de 26 términos o palabras clave (y sus derivaciones que compartan lexema, o sinónimos). Se rastrearon en castellano para Unidas Podemos y Más País, en inglés para *The Labour Party*, en alemán para *Die Linke* y en portugués para el *Bloco de Esquerda*. En cuanto a *Syriza*, su programa se tradujo al castellano y, posteriormente, se realizó la búsqueda en dicho idioma. En el caso de *La France Insoumise* la tarea fue más sencilla, dado que cuentan con un programa independiente y específico de 20 páginas para reforma mediática. Cada término de búsqueda reveló no solo las medidas que contenían dicho término sino, a menudo, otras adyacentes, pues suelen agruparse temáticamente.

Tabla 2. Términos de búsqueda empleados para el rastreo de medidas.

Castellano	Inglés	Alemán	Portugués
Radio	Radio	Radio	Rádio
TV	TV	TV	Tv
Televisión	Television	Fernsehen	Televisão
Medios	Media	Medien	Meios
Comunicación	Mass media	Kommunikation	Comunicação
Información	Information media	Informationen	Informação
Radioespectro	radio spectrum	Radiospektrum	espectro de rádio
Cine	Cinema / cine / movie	Kino	Cinema
Radiodifusión	Broadcast-	Rundfunk	Transmissão
Prensa	Press	Presse	Imprensa
Periodismo	Journalism	Journalismus	Jornalismo
Periodista	Journalist	Journalist	Jornalista
Periódico	Newspaper	Zeitung	Jornal
Secreto profesional	Professional secret	Berufsgeheimnis	Sigilo profissional
Denunciantes	Whistleblowers	Whistleblowers	Delatores
Medios públicos	Public media	Öffentliche Medien	mídia pública
Medios comunitarios	Community Media	Gemeinschaftsmedium Freie Medien	mídia comunitária
RTVE	BBC	ZDF	RTP
Internet	Internet	Internet /WLAN	Internet
Redes sociales	Social networks	Soziale Medien	Redes sociais
Digitalización	Digitization	Digitalisierung	Digitalização
Digital	Digital	Digital	Digital
TDT	DTT DTTV Digital terrestrial television	DTF Digitales terrestrisches Fernsehen	TDT Televisão digital terrestre
DAB	DAB	DAB	DAB
DVB DVB-T	DVB DVB-T	DVB DVB-T	DVB DVB-T

Fuente: Elaboración propia.

Esta búsqueda arrojó múltiples medidas relacionadas con nuestro objeto de estudio, pero también otras que no lo eran tanto. Se decidió, así, excluir aquellas medidas que contuvieran palabras clave, pero en relación a cuestiones ajenas a la reforma mediática, como por ejemplo medidas sobre la digitalización de la administración pública o sobre leyes de información transparente al consumidor.

El resto de medidas fueron traducidas, clasificadas y resumidas sintéticamente. Se identificaron temas y subtemas que desarrollaba cada medida.

Esta selección de 7 programas electorales generados por otros tantos partidos, provenientes de 6 países europeos, constituye un corpus total de 907 páginas, de las cuales se han recogido 105 medidas electorales con relación directa con propuestas de reforma mediática, o bien que implican necesariamente propuestas de intervención que afectan específicamente a los respectivos sistemas mediáticos.

3.1. Taxonomía de medidas programáticas

En función de los temas encontrados durante el estudio de los programas (i.e., partiendo no de una categorización teórica formulada *a priori*, sino generada en el curso del análisis, de manera inductiva), hemos construido una clasificación de las propuestas programáticas analizadas en 12 áreas temáticas diferenciadas.

Algunas medidas se presentaban, en su respectivo programa, bajo un epígrafe, pero nosotros las hemos identificado como pertenecientes a otro por su contenido. Por ejemplo, el programa de *La France Insoumise* contiene medidas presentadas explícitamente como “Derecho a la información” que consisten en que diferentes poderes públicos formen parte de un Consejo Nacional de la Comunicación para establecer un contrapoder ciudadano que evite, entre otras cosas, la concentración mediática y garantice el pluralismo y el cumplimiento de la ley. De modo que las hemos considerado bajo el epígrafe “Democratización de los medios”.

También se propone la organización de las medidas programáticas en cuatro grandes ejes, según su orientación. Estos ejes son transversales a la taxonomía de 12 categorías antes expuestas. No son macrocategorías contenedoras de aquellas (aunque en algunos casos existe una fuerte correspondencia no biunívoca), sino que tienen más que ver con la orientación de la medida que con el tema referido. Los ejes siguen un criterio antes finalista que temático, mientras que la taxonomía temática procede a la inversa.

4. Resultados

4.1. Áreas temáticas

A continuación, se presentan las doce áreas temáticas registradas mediante el método inductivo referido en el apartado interior. Hemos incluido subáreas allí donde ciertos subtemas se reiteran en más de dos ocasiones.

1. Libre acceso o intercambio de cultura o información
 1. Subtema: *software* libre
2. Refuerzo de los servicios públicos de comunicación
 1. Subtema: derechos laborales
 2. Subtema: financiar los servicios públicos
3. Digitalización
 1. Subtema: brecha digital
4. Privacidad
5. Prevención de la concentración de medios y el fomento del pluralismo
6. Alfabetización mediática
7. Accesibilidad universal (tanto para colectivos con diversidad funcional como para hacer más transparente y accesible la información digital)

8. Igualdad de género
9. Autonomía e independencia informativa²
10. Reforma fiscal para el sistema mediático privado
11. Derechos laborales y sindicales (en medios privados y/o comunitarios)
12. Participación ciudadana en el sistema de medios

Asimismo, y a la luz de las medidas compendiadas, se establecieron cuatro ejes principales de desarrollo programático:

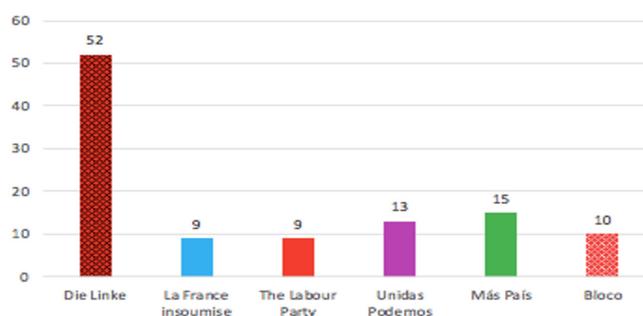
- *Democratización de los medios*: medidas que persiguen un funcionamiento de los medios de comunicación que favorezca su transparencia, que evite la concentración de medios y que aumente el pluralismo, que evite que el funcionamiento de los medios esté subordinado a intereses políticos o financieros y, en su lugar, promueva un mercado informativo acorde a los intereses públicos, cívicos y democráticos, etc.
- *Derecho a la cultura y la información*: iniciativas que buscan aumentar los derechos de los usuarios al acceso de la información, como, por ejemplo, descriminalizar el intercambio de contenidos en internet o eliminar la brecha digital que sufren los colectivos rurales, ancianos o pobres.
- *Derechos digitales*: propuestas para garantizar que, en el nuevo escenario digital, los usuarios no sean víctimas de abusos por parte de diferentes instancias de poder, ya sean corporaciones, gobiernos o criminales, que pueden querer explotar sus datos privados o vigilar sus comunicaciones.
- *Otros*: medidas, a menudo, pero no siempre, relacionadas con el control de contenidos (violencia de género, derechos LGTBI, salud, ecología o animalismo).

4.2. Volumen programático

En primer lugar, encontramos una gran disparidad en cuanto a volumen de medidas presentadas (figura 1). Sobresale, con mucha diferencia, *Die Linke* con 52 medidas. Sigue Más País, con 15, y Unidas Podemos, con 13. *Bloco de Esquerda* presenta 10 medidas. *La France Insoumise* y *The Labour Party* presentan 9. Por último, *Syriza* no presenta ninguna medida de reforma mediática entre sus contenidos programáticos, aunque obviamente hayan tomado decisiones al respecto como gobierno. Por esta razón, esta formación no será incluida en las gráficas.

Sin embargo, estos datos son engañosos. Deben ser leídos en relación a una segunda variable: el grado de detalle y definición de esas medidas. Todos los partidos suelen presentar un grado de despliegue similar, ofreciendo líneas de acción cuya puesta en práctica, a menudo, se explica con medidas concretas pero que, en otras, no pasan de ser una declaración un tanto general de intenciones.

Figura 1: Número de medidas programáticas de reforma mediática de cada partido



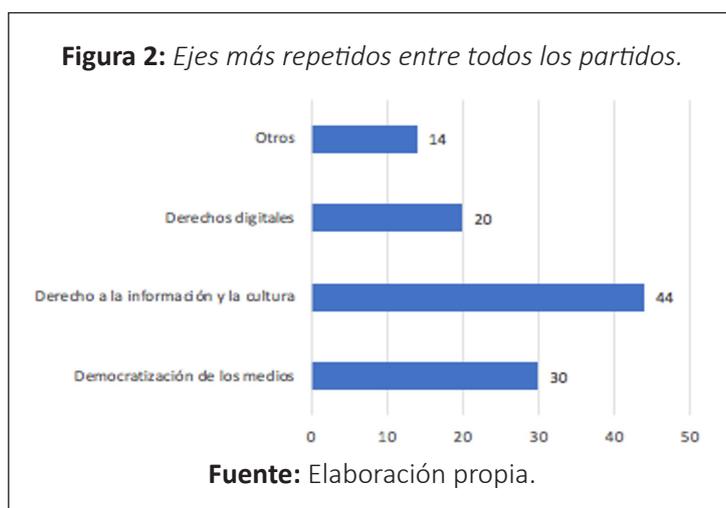
Fuente: Elaboración propia a partir de sus respectivos programas electorales oficiales.

² Esta categoría incluye tanto las medidas orientadas al fomento de la independencia editorial como al refuerzo de la soberanía informacional, estrechamente relacionadas.

Sin embargo, *La France Insoumise* desarrolla cada medida de manera muy pormenorizada, atenta y exhaustiva, hasta llegar a suponer, casi, una suerte de esbozo de ley en que se detallan cifras, plazos o porcentajes en la conformación de órganos. Tanto es así que la formación francesa es la única en presentar un programa específico sobre medios de comunicación, con 20 páginas de extensión. En tal medida, podemos concluir que los partidos que más atención dedican a esta cuestión son *Die Linke* y *La France Insoumise*.

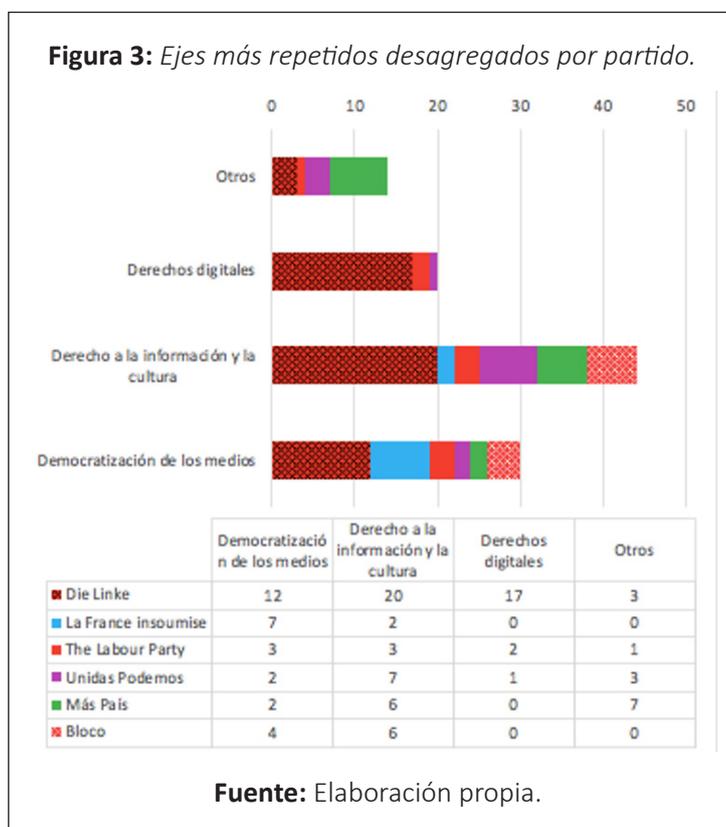
4.3. Ejes programáticos

En un primer vistazo, el eje priorizado por las distintas formaciones es el de Derecho a la cultura y la información (44 medidas), seguido por Democratización de los medios (30), Derechos digitales (20) y Control de contenidos (14), tal y como podemos consultar en la figura 2.



Sin embargo, de nuevo estas cifras pueden llevarnos a error. Un mayor volumen de un eje no significa que esté siendo importante para todas las fuerzas estudiadas debido a que hay una gran disparidad de criterios entre formaciones. Por ejemplo, como se muestra en la figura 3, *Die Linke* da una gran importancia a los derechos digitales, cosa que no hace el resto de fuerzas. Por el contrario, no da tanta importancia a la democratización de los medios, mientras que el programa de *La France Insoumise* prácticamente se reduce a ello.

El anterior gráfico nos permite observar que *Die Linke* ofrece el programa más equilibrado, con una buena cantidad de medidas de cada eje. Lo mismo podríamos decir de *The Labour Party*, si bien lo hace con una cantidad pequeña de medidas. Si bien *La France Insoumise* ofrece un programa potente, lo centra con casi exclusividad en un solo tema: democratizar los medios. Algo similar hace Unidas Podemos, que se centra en el derecho a la información, aunque también presenta medidas del resto de ejes. El *Bloco de Esquerda* tiene una cantidad no desdeñable de propuestas, si bien todas se dirigen a democratizar los medios y al derecho a la cultura y la información, sin atender a los derechos digitales ni incluir medidas de control de contenidos. Más País hace lo contrario al *Bloco de Esquerda*: la mayoría de sus medidas son de control de contenidos, tratando sobre cuestiones como derechos LGTBI, feminismo, ecología o animalismo, aunque dedican atención también al derecho a la cultura y la información. Llama la atención, por último, que los derechos digitales son un eje al que *Die Linke* dedica una gran atención, con numerosas propuestas dirigidas a proteger la privacidad, mientras que supone un eje menor o inexistente para el resto de fuerzas.



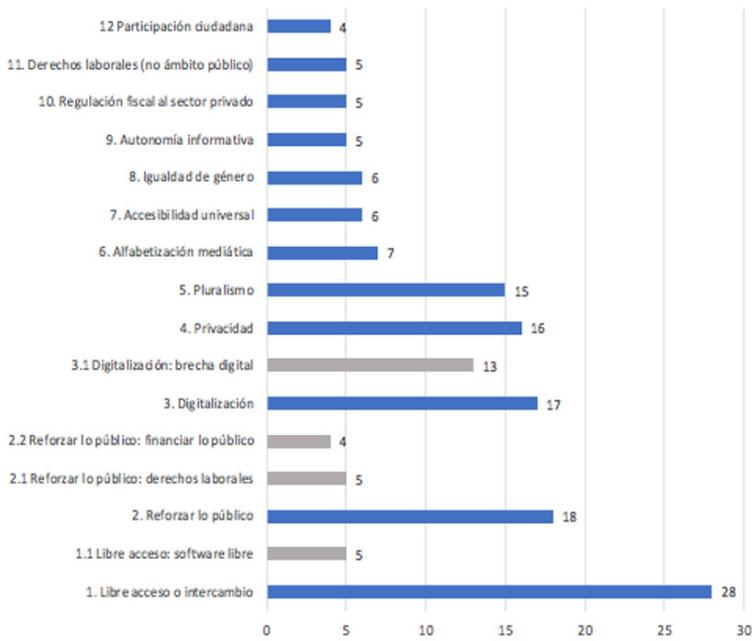
4.4. Temas y subtemas

De entre los temas y subtemas identificados (véase sección 3, *Metodología*) hay algunos que destacan claramente como más comunes (figura 4). El libre acceso o intercambio de cultura o información es el más repetido, con 28 medidas, de entre las que destaca el subtema del *software* libre, con cinco. Reforzar los servicios públicos de comunicación es el tema de 18 medidas, de las cuales cinco se dirigen específicamente a reforzar los derechos laborales y cuatro a aumentar la financiación de esos servicios públicos. Las propuestas de digitalización suman 17 propuestas, de las cuales 13 se dirigen a reducir y eliminar las brechas digitales, sobre todo en las zonas rurales,

por ejemplo, ofreciendo una conexión a internet asequible o garantizando la cobertura de banda ancha en todo el territorio. Siguen los temas de privacidad y pluralismo mediático con 16 y 15 medidas respectivamente. El resto de temas tienen entre 7 y 4 propuestas.

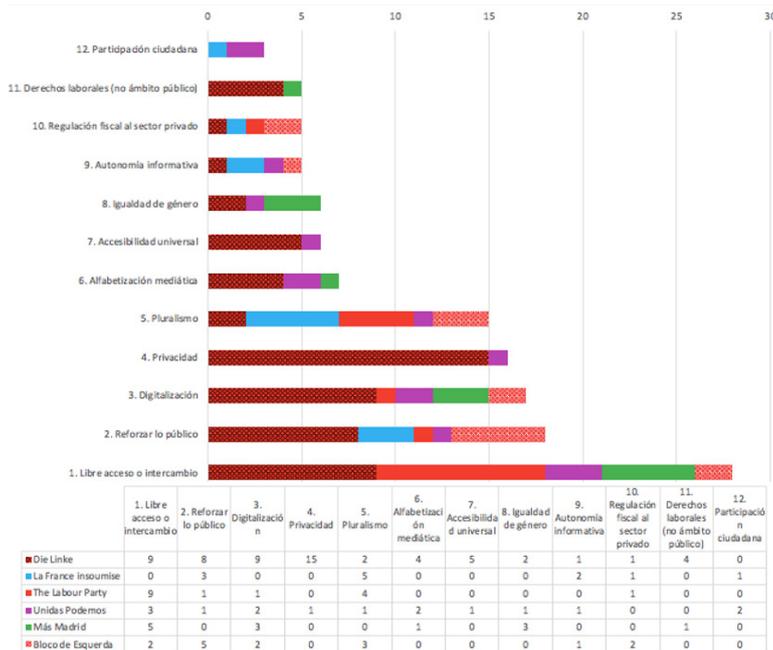
Si desagregamos esos datos por partido, encontramos de nuevo que existe una disparidad de criterios que distorsiona la importancia de cada tema. El tema “privacidad”, que ocupa, por volumen, el tercer lugar, se debe casi exclusivamente al programa de *Die Linke*. Está ausente en el resto de programas, excepto en el de Unidas Podemos, donde encontramos una medida al respecto. Lo mismo ocurre con la accesibilidad universal y con los derechos laborales fuera del ámbito público.

Figura 4: Frecuencia de temas más comunes entre todos los partidos analizados, ordenadas de menos a más frecuente.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5: Frecuencia de temas más comunes desagregados por partido.



Fuente: Elaboración propia.

Si buscamos lo contrario, es decir, cierta coincidencia programática entre partidos, vemos que los temas que más consenso generan son:

1. Libre acceso o intercambio de cultura e información y cultura.
2. Refuerzo de los servicios públicos de comunicación.
3. Prevención de la concentración de medios y el fomento del pluralismo.
4. Autonomía e independencia informativa.
5. Regulación fiscal del sistema mediático privado.

4.5. Localización de las medidas dentro del programa

Más allá de las medidas propuestas, el mero hecho de dedicar o no una sección específica del programa a medios de comunicación ya constituye, en sí, un grado mayor de apuesta por visibilizar y dar importancia a esta cuestión. Si en el apartado anterior atendíamos al interrogante de investigación primero, este apartado entronca directamente con el interrogante de investigación segundo.

De los seis programas analizados (excluyendo el de *Syriza* que, recordemos, no incluía propuestas), solo uno lo hace con exclusividad: es el caso de *La France Insoumise* que, de hecho, ofrece un programa concreto y a parte titulado *L'information est un bien en commun* ("La información es un bien en común"), si bien es cierto que esto mismo lo hacen con, en total, 42 temas en lo que constituyen sus *livrets thématiques* ("folletos temáticos"). *The Labour Party* también presenta un bloque específico, aunque compartido con otras cuestiones, bajo el título "Digital, cultura, medios de comunicación y deporte".

El resto de partidos no presentan las medidas en una sección propia, sino repartidas en el resto del programa. *Die Linke* las incluye, fundamentalmente, dentro de las secciones "digitalización" y "cultura". Unidas Podemos, en "Horizonte Digital y Nueva Economía" y "Garantías Democráticas y de Ciudadanía", principalmente. En el caso del *Bloco de Esquerda*, en "Cultura", "Democracia", "Educación", "Cohesión territorial" y "Medidas fiscales contra la desigualdad". Más País las ofrece aún más transversalizadas a través del resto de secciones, si bien la sección donde tienen un mayor peso es en "España, un país de cuidados" (que tiene, además, un programa específico a parte).

4.6. Estilo de formulación

Todos los programas, excepto el de *La France Insoumise*, presentan un estilo de formulación semejante, ofreciendo medidas que indican un objetivo a conseguir, sus beneficios y sus principales medios de consecución. El programa de Jean-Luc Melenchon, sin embargo, presenta un nivel de concreción y desarrollo muy elevado. Cada propuesta es desplegada en un alto número de epígrafes que concretan numerosos aspectos de la medida y precisan sus medios de consecución al detalle, tomando, incluso, la apariencia de borradores de ley. Se pueden encontrar, por ejemplo, cifras concretas de conformación de órganos de gobierno o sus funciones específicas.

4.7. Resumen sintético y análisis de las medidas analizadas

A continuación, ofrecemos un resumen de las medidas programáticas que los partidos estudiados han propuesto en cada uno de esos bloques, y los temas y subtemas que hemos identificado en cada medida. El orden en que presentamos los partidos responde al tamaño poblacional de su respectivo país.

En la siguiente tabla 3 pueden consultarse las medidas que cada partido ha ofrecido y que, bajo nuestro análisis, han sido identificadas como dirigidas a democratizar los medios. Tales medidas se ofrecen resumidas por nosotros; su redacción completa puede consultarse en los respectivos programas.

"Este tipo de sincronía potencialmente fértil está pendiente de realización para las demandas de reforma mediática"

Tabla 3: Resumen de medidas del bloque “democratización de los medios” por partidos.

Medida programática	Temas y subtemas
Die Linke	
Preservar que las instituciones de comunicación públicas tengan autonomía para programar sus emisiones, protegiendo su libertad de radiodifusión.	Autonomía informativa
Remunerar adecuadamente las producciones encargadas a terceros por parte de las instituciones públicas. Vincular la adjudicación de contratos a productoras externas con el cumplimiento de normas sociales como los salarios colectivos, los salarios mínimos y las tarifas mínimas específicas del sector.	Derechos laborales
Protección a los trabajadores de los medios de comunicación contra los ataques, la persecución y la violencia.	Reforzar lo público: Subtemas: - <i>derechos laborales</i> - <i>proteger al periodista</i>
Protección a los periodistas como poseedores de secretos profesionales, así como a sus fuentes.	Denunciantes Reforzar lo público: Subtemas: - <i>derechos laborales</i> - <i>proteger al periodista</i>
Las negociaciones colectivas y los acuerdos de honorarios para los trabajadores autónomos deben estar anclados en la ley.	Derechos laborales
Reforzar los derechos de los autónomos y cuasi-empleados y ofrecerles ingresos y perspectivas de empleo seguros.	Derechos laborales
Hacer retroceder el poder de mercado y monopolístico de las grandes empresas y plataformas digitales y controlarlas democráticamente.	Anticoncentración
Las empresas digitales deben pagar impuestos en los países en los que ejercen su actividad económica.	Regulación fiscal al sector privado
Promover las cooperativas de plataformas y las plataformas operadas públicamente como alternativas.	Anticoncentración
Garantía de neutralidad de la red por derecho constitucional.	Neutralidad
Promover el desarrollo y la explotación de sistemas operativos y aplicaciones de código abierto por parte del Estado.	Libre acceso o intercambio: Subtema: <i>Software libre</i>
El <i>software</i> utilizado en las instituciones educativas debe ser software libre.	Libre acceso o intercambio: Subtema: <i>Software libre</i>
La France Insoumise	
Consagrar la libertad e independencia de prensa mediante reforma de la Constitución.	Autonomía informativa
Creación de un Consejo Nacional de los medios de comunicación, de composición plural, cuya finalidad sea ser un contrapoder ciudadano con poder de intervención.	Participación ciudadana Anticoncentración
Elección por el Parlamento de la presidencia de la radiotelevisión pública tras una campaña pública de presentación de candidatos y proyectos en competencia.	Control político
Mayor participación de los representantes del personal en los consejos de administración.	Participación de los profesionales
Aprobar una ley marco sobre propiedad de medios de comunicación para luchar contra la concentración.	Anticoncentración Pluralismo Radioespectro

Promover modelos de financiación y organización alternativos al modelo actual basado en el accionariado y la publicidad.	Regulación fiscal al sector privado Autonomía informativa: Subtema: <i>autonomía financiera</i>
Reformar la gestión y concesión de ayudas públicas a la prensa escrita y online.	Pluralismo
Reforzar la información pública, garantizando la financiación de la radiotelevisión pública.	Pluralismo Reforzar lo público: Subtemas: - <i>Financiar lo público</i> - <i>Más competencias a lo público</i> - <i>Derechos laborales</i>
The Labour Party	
Garantizar que la agencia pública de regulación de medios Ofcom salvaguarde la pluralidad en la propiedad de los medios de comunicación.	Pluralismo Anticoncentración
Hacer frente al monopolio de los gigantes tecnológicos sobre los ingresos publicitarios.	Anticoncentración
Apoyar a los medios locales.	Pluralismo
Unidas Podemos	
Reforma de RTVE para hacerla independiente de los gobiernos.	Autonomía informativa: Subtemas: - <i>Autonomía política</i> - <i>Autonomía financiera</i> - <i>Participación ciudadana</i> Transparencia
Prohibir que los bancos y los fondos sean propietarios de los medios de comunicación.	Anticoncentración
Más País	
Independencia de los medios públicos, aumentando su democracia interna, financiación, transparencia y participación ciudadana.	Transparencia Participación ciudadana Autonomía informativa: Subtema: <i>autonomía financiera</i>
Fomento de los medios de comunicación comunitarios.	Anticoncentración
Bloco de Esquerda	
Aumentar la autonomía de los medios frente a los anunciantes.	Autonomía informativa: Subtema: <i>autonomía financiera</i>
Lucha contra la concentración de medios.	Anticoncentración Pluralismo
Lucha contra el monopolio en la distribución de cine y audiovisual: creación de una entidad pública de distribución.	Anticoncentración Reforzar lo público
Creación de un impuesto sobre la prestación de los servicios digitales en los que la participación de los usuarios cree valor para la empresa.	Regulación fiscal al sector privado.
SYRIZA	
Sin propuestas	

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente Tabla 4 presenta las medidas que cada partido ha ofrecido dirigidas a facilitar o fortalecer el derecho a la cultura y la información, donde se aprecia una notable diversidad de propuestas compatibles y complementarias entre sí, que articulan una suerte de programa común implícito, una base programática sobre la que es posible trabajar para articular un marco común.

Tabla 4: Resumen de medidas del bloque “derecho a la cultura y la información” por partidos.

Medida programática	Temas y subtemas
Die Linke	
Todas las emisoras existentes deben garantizar de forma permanente una sólida cobertura informativa regional y local.	Reforzar lo público
La oferta de servicio público debe ampliarse. Las producciones totalmente financiadas deben permanecer indefinidamente en las mediatecas.	Derechos laborales Reforzar lo público. Libre acceso o intercambio.
Reforzar el derecho del público a la información.	Reforzar lo público
Los productores de software comercial deben estar obligados a dar soporte a todos los sistemas operativos y plataformas comunes y, en especial, libres. El <i>software</i> comercial también debe incluir su código fuente.	Libre acceso o intercambio. Subtema: <i>Software libre</i>
Rechazo a la censura, el uso de filtros de carga y bloqueos de red.	Libre acceso o intercambio Subtema: <i>contra la censura</i>
Garantía de conexión universal por fibra óptica proporcionada por empresa pública.	Reforzar lo público Brecha digital: Subtemas - <i>Cobertura en todo el territorio</i> - <i>Conexión a internet asequible</i>
Centros sociales en las zonas rurales con acceso público a internet.	Brecha digital: Subtemas: - <i>Cobertura en todo el territorio</i> - <i>Conexión a internet asequible</i>
Aumentar las oportunidades de participación digital de todas las personas para contrarrestar la creciente exclusión de las personas con discapacidad, las personas mayores y las personas de entornos pobres.	Brecha digital Accesibilidad universal
Asegurar digitalmente los bienes culturales y hacerlos accesibles a todos.	Libre acceso o intercambio Accesibilidad universal
Reforzar alfabetización mediática en todos los niveles de la educación, el mercado laboral, proyectos de sociedad civil y vejez.	Alfabetización mediática
Fomentar las competencias de niños y jóvenes en medios de comunicación y protección de datos.	Alfabetización mediática Privacidad
Nueva ley de derechos de autor que compatibilice sus derechos con los de los usuarios. Derogar ley de derechos de autor y de protección de bancos de datos para los editores de prensa.	Propiedad intelectual Subtema: <i>actualizar al nuevo contexto</i>
Despenalizar la reproducción y uso no comercial de material con derechos de autor.	Libre acceso o intercambio Propiedad intelectual
Mayor libertad de expresión, de prensa y contra el espionaje estatal.	Libertad de prensa Privacidad
Obligatoriedad de software libre en la administración pública y de que el software financiado con fondos públicos se publique como software libre.	Libre acceso o intercambio: Subtema: <i>Software libre</i>
Red inalámbrica de internet público independiente de proveedores comerciales.	Reforzar lo público Brecha digital: Subtemas: - <i>Cobertura en todo el territorio</i> - <i>Conexión a internet asequible</i>

La información creada con fondos públicos debe ser accesible gratuitamente. En particular, los datos que permiten el control democrático deben ofrecer accesibilidad (por ej., legibles por máquinas).	Libre acceso o intercambio Accesibilidad universal
Cobertura rápida de internet en todo el territorio.	Brecha digital: Subtemas: - Cobertura en todo el territorio - Conexión a internet asequible
Ordenador, impresora y acceso a internet gratuito para todos los niños, para garantizar una adecuada educación tecnológica.	Alfabetización mediática Brecha digital: Subtema: Conexión a internet asequible
Acceso a internet para refugiados	Brecha digital
La France Insoumise	
Consagrar el derecho a la información, a la cultura y a un sistema de radiodifusión público mediante reforma de la Constitución.	Reforzar lo público.
Proteger a los periodistas, penando la violencia e intimidación contra ellos, reforzando la protección al secreto de las fuentes, protegiéndolos de denuncias abusivas, entre otras medidas.	Reforzar lo público: Subtemas: - Derechos laborales - Proteger al periodista
The Labour Party	
Proteger las licencias de TV gratuitas para mayores de 75 años.	TV gratuita
Lucha contra <i>fake news</i> . Establecer una investigación sobre noticias falsas y sobre el derecho legal de defensa del interés público para los periodistas.	<i>Fake news</i>
Banda ancha de fibra óptica gratuita para 2030, mediante red pública financiada mediante fiscalidad a multinacionales y gigantes tecnológicos.	Conexión a internet asequible. Regulación fiscal al sector privado. Reforzar lo público: Subtema: Financiar lo público.
Unidas Podemos	
Libertad de creación en internet.	Propiedad intelectual: Subtema: Más libertad de creación.
Actualizar la propiedad intelectual y los derechos de autor al nuevo escenario, haciendo que un acceso más abierto a la cultura sea compatible con los derechos de autor, que deben ser reforzados frente a los beneficios de los intermediarios.	Libre acceso o intercambio. Propiedad intelectual Subtemas: - Actualizar al nuevo contexto - Más derechos para el creador, menos para la industria
Fondo financiador de accesibilidad universal a diferentes servicios, entre otros a la información y la comunicación, para no excluir a personas con diversidad funcional.	Accesibilidad universal
Caminar hacia la conexión digital como derecho básico y gratuito, garantizando cobertura y acceso asequible mediante empresa pública y competencia efectiva.	Brecha digital: Subtemas: - Cobertura en todo el territorio - Conexión a internet asequible
Fomentar la responsabilidad informativa y la ciudadanía crítica frente a las <i>fake news</i> , aumentando la alfabetización mediática y la transparencia del gasto público en comunicación.	Alfabetización mediática <i>Fake news</i> Transparencia
Lucha contra la exclusión digital.	Brecha digital Alfabetización mediática

Potenciar a Agencia EFE como servicio público informativo, reforzando estructura y aumentando financiación, transparencia, y control ciudadano y político.	Transparencia Reforzar lo público: <i>Subtemas:</i> - <i>Financiar lo público</i> - <i>Más competencias a lo público</i> - <i>Participación/control ciudadano</i> - <i>Control político</i>
Apertura de un debate permanente en defensa de un internet libre y abierto.	Libre acceso o intercambio <i>Subtema: internet libre</i>
Digitalización, transparencia y libre acceso a la información de naturaleza política para investigadores en el sistema español de archivos.	Digitalización Libre acceso o intercambio
Eliminación de la brecha digital en el entorno rural, ampliando la cobertura de banda ancha.	Brecha digital <i>Subtema: Cobertura en todo el territorio</i>
Nueva ley de propiedad intelectual que amplíe la protección a los nuevos modos de autoría propios del entorno digital y que promueva el uso del software libre.	Propiedad intelectual: <i>Subtema: actualizar al nuevo contexto</i> Libre acceso o intercambio: <i>Subtemas: software libre</i>
Ley de cultura y derechos culturales para promover la creación, la expresión y la participación cultural que pueda garantizar la sostenibilidad del tejido cultural de industrias como las artes escénicas, música, cine y libro, el disfrute de los derechos culturales ciudadanos y los derechos laborales.	Libre acceso o intercambio Derechos laborales
Wifi abiertas vinculadas a espacios públicos en los municipios de más de 5000 habitantes para garantizar el acceso universal a internet.	Brecha digital: <i>Subtema: Conexión a internet asequible</i>
Bloco de Esquerda	
Reforzar los servicios de información pública, aumentando su transparencia y financiación (mediante tasa Google).	Regulación fiscal al sector privado Reforzar lo público: <i>Subtema: Financiar lo público</i>
Aumentar las capacidades y obligaciones de la radiotelevisión pública portuguesa (RTP) en la producción y difusión cultural.	Reforzar lo público: <i>Subtema: Más competencias a lo público</i>
Reforzar RTP en las regiones, con especial atención a los archipiélagos, aumentando su autonomía financiera, la renovación de equipos y mejorando condiciones laborales.	Reforzar lo público: <i>Subtemas:</i> - <i>Financiar lo público</i> - <i>Derechos laborales</i>
Reforzar RTP internacional, para garantizar la información a los portugueses emigrados	Reforzar lo público
Digitalización y libre acceso por internet de la producción nacional de cultura.	Digitalización Libre acceso o intercambio: <i>Subtema: internet libre.</i>
Democratizar el acceso a la comunicación garantizando su cobertura a bajo coste, eliminando los filtros de censura, descriminalizando el intercambio de contenidos, haciendo accesible los contenidos creados con financiación pública y fomentando el código abierto.	Brecha digital: <i>Subtemas:</i> - <i>Cobertura en todo el territorio</i> - <i>Conexión a internet asequible</i> Libre acceso o intercambio. <i>Subtemas:</i> - <i>Software libre</i> - <i>Contra la censura</i>
SYRIZA	
Sin propuestas	

Fuente: Elaboración propia.

Las propuestas enfocadas a regular los derechos digitales de los usuarios pueden consultarse en la siguiente Tabla 5. Como puede verse, este es un eje especialmente desarrollado en Alemania por Die Linke, lo que contrasta con el silencio programático en el resto de partidos, para los que constituye un tema menor, o incluso un punto ciego.

Tabla 5: Resumen de medidas del bloque “derechos digitales” por partidos.

Medida programática	Temas y subtemas
Die Linke	
Algoritmos transparentes y no discriminatorios.	Accesibilidad universal
Mejorar la protección de los jóvenes en Internet: amplia educación mediática para padres, profesores, niños y jóvenes.	Protección a la infancia Alfabetización mediática
Asegurar la protección de datos y garantizar la interoperabilidad y portabilidad de los datos de los usuarios con sanciones.	Privacidad
El sector público debe proporcionar canales de comunicación cifrados de extremo a extremo por correo electrónico y chat.	Privacidad
Prohibir y poner fin a la compra de información sobre las lagunas de seguridad en los sistemas informáticos por parte de los servicios secretos.	Privacidad
Oponerse a los esfuerzos de la Comisión Europea por criminalizar la encriptación de extremo a extremo.	Privacidad
Hacer posible utilizar servicios de acceso público sin que los datos resultantes se exploten comercialmente. Los términos y condiciones deben ser comprensibles.	Privacidad Accesibilidad universal
El Reglamento General de Protección de Datos debe reforzarse y ampliarse.	Privacidad
Hacer posible compartir datos entre distintas redes sociales.	Autonomía del usuario
Prohibir vigilancia de las comunicaciones de los padres sobre los hijos.	Privacidad
Garantizar la privacidad de los operadores de sitios web.	Privacidad
Prohibir retención de datos sobre conexiones IP, telefonía y ubicaciones.	Privacidad
Prohibir vigilancia de las telecomunicaciones. Garantizar la intimidad y la encriptación.	Privacidad
Indemnizar a víctimas de vigilancias de comunicaciones ilegales.	Privacidad
Al aplicar Inteligencia Artificial a los datos personales, garantizar la protección de tales y datos y la libre formación de opinión en los medios digitales.	Privacidad Inteligencia artificial
Perseguir legalmente la violencia digital, especialmente contra mujeres y niños.	Delitos digitales Género
Revisar la obligación del pie de imprenta para garantizar la privacidad de los operadores de sitios web.	Privacidad
La France Insoumise	
Sin propuestas	
The Labour Party	
Obligación legal de protección infantil en internet, multando a empresas que no actúen contra los abusos en la red.	Protección a la infancia
Aprobación de Carta de Derechos Digitales para los ciudadanos.	Carta de Derechos Digitales.
Unidas Podemos	
Soberanía tecnológica. Garantizar el derecho a la privacidad y el control de los datos personales en la red Fomento del software libre. Aprobación de una Carta de derechos digitales.	Privacidad Software libre Libre acceso o intercambio Carta de derechos digitales

Más País	
Sin propuestas	
Bloco de Esquerda	
Sin propuestas	
SYRIZA	
Sin propuestas	

Fuente: Elaboración propia.

Por último, en la tabla 6 se muestran las medidas relacionadas con el control de contenidos, a la incidencia no en las estructuras mediáticas sino en el fomento de discursos inclusivos o la evitación o sanción de discursos del odio. Más País es un partido que ha orientado especialmente su programa a este tipo de medidas, especialmente polémicas y controvertidas (independientemente de su eficacia) en el paradigma de gestión mediática liberal imperante.

Tabla 6: Resumen de medidas del bloque “control de contenidos” por partidos.

Medida programática	Temas y subtemas
Die Linke	
La diversidad del deporte debe reflejarse en los programas.	Diversidad Igualdad de género
Traslado de más áreas de la radiotelevisión pública a los estados del este de Alemania, con más responsables de biografía oriental.	Reforzar lo público Derechos regionales
Regular estrictamente el comercio de animales en Internet.	Derechos animales
La France Insoumise	
Sin propuestas	
The Labour Party	
Prohibir publicidad de apuestas en los deportes	Juego y apuestas
Unidas Podemos	
Incremento de la información deportiva dedicada al deporte femenino, con el objetivo de alcanzar paridad. Inicialmente, los medios públicos.	Igualdad de género
Más País	
Presencia igualitaria (50/50) de equipos deportivos femeninos y masculinos en los medios públicos.	Igualdad de género
Lucha contra la hipersexualización de las niñas en los medios de comunicación.	Igualdad de género
Tratamiento informativo adecuado de la violencia de género en los medios de comunicación.	Igualdad de género
Control de la publicidad de bebidas y alimentos azucarados en horario infantil.	Responsabilidad sanitaria
Eliminación de las retransmisiones de tauromaquia en medios públicos.	Maltrato animal
Fomentar campañas de consumo agroecológico responsable en RTVE.	Responsabilidad ecológica
Fomentar en RTVE programación de campañas de apoyo y visibilización LGTBI+	Derechos LGTBI+
Bloco de Esquerda	
Sin propuestas	

SYRIZA

Sin propuestas

Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta a los interrogantes de investigación 2 y 3, el análisis comparado de las Tablas 3 a 6, presentadas más arriba, nos va a permitir avanzar en la respuesta a estas preguntas. En relación a las medidas específicas para cada sector tecnológico, industrial y/o económico de la comunicación de masas, las medidas propuestas por cada formación y los niveles de coordinación y compatibilidad varían ampliamente, como vamos a ver.

4.7.1. Medidas específicas sobre medios de comunicación públicos

En cuanto a las medidas de reforma planteadas para el sector público de la comunicación, además de ser uno de los más prolíficos en cuanto a propuestas, es también uno de los más homogéneos y compatibles entre propuestas.

Las medidas más frecuentes para medios públicos tienen que ver con:

- Defensa y refuerzo del servicio público, preservando su autonomía, independencia, transparencia, renovación tecnológica y sostenibilidad financiera, así como aumentando su alcance, accesibilidad y oferta.
- Empleo del sector público como motor de innovación cultural, derechos laborales y del usuario, a través de su producción interna y externa y su relación con terceras empresas del sector.
- Defensa de los derechos laborales de los trabajadores del sector público.
- Elección de la dirección de medios públicos mediante concurso público.
- Participación en la gestión de los trabajadores y usuarios.

Entre las divergencias para este sector, vemos que solo en España las izquierdas se atreven con medidas de las que tradicionalmente se conocen como “control de contenidos”. Es decir, con aquellas que son recibidas con rechazo entre los profesionales de la cultura y la información, toda vez que la ley resultante iría orientada a establecer cuotas de visibilidad y sustituir el criterio editorial o deontológico profesional. Por ejemplo, incrementar la información deportiva dedicada al deporte femenino, con el objetivo de alcanzar la paridad, presentada por Unidas Podemos. Además de esta misma medida, Más País añade otras tres en este mismo sentido: 1) eliminación de las retransmisiones de tauromaquia en medios públicos; 2) fomentar campañas de consumo agroecológico responsable en RTVE; y 3) fomentar en RTVE programación de campañas de apoyo y visibilización LGTBI+. Algunos académicos y profesionales han entendido que este tipo de objetivos, plenamente legítimos, se alcanzan mejor mediante reformas estructurales (como la presencia de sociedad civil en órganos de gestión y decisión, o la paridad en puestos de decisión, por ejemplo) y/o mediante campañas de concienciación que mediante la legislación de contenidos. Esta provoca invariablemente la reacción de los sectores profesionales, como acreditan innumerables ejemplos en todo el planeta y a lo largo de la historia (Álvarez-Peralta, 2020, pp. 251-254).

4.7.2. Medidas específicas sobre medios de comunicación privados

En cuanto al sector privado, como es de esperar, las propuestas programáticas de los diferentes partidos difieren mucho más ampliamente. Tradicionalmente, la regulación de este sector es un verdadero tabú político, tras medio siglo de hegemonía del paradigma neoliberal, que podemos resumir en la conocida máxima de “la mejor regulación es la que no existe”. Sin embargo, regular este sector es necesario, como cualquier otro. De hecho, todos los países cuentan con leyes de comunicación de diverso tipo al respecto, que recientemente han debido reformar intensamente para adaptarse a los vertiginosos cambios tecnológicos, desequilibrios fiscales y dilemas ético-jurídicos que imponen las nuevas tecnologías.

El partido alemán *Die Linke*, por ejemplo, de fuerte componente comunista, rompe expresa y repetidamente este tabú, con propuestas no presentes en ningún otro programa tales como “participación de los trabajadores en los consejos de administración de empresas mediáticas” o “combate contra las *fake news*”. Más allá llega el programa de Podemos, que propone abiertamente “Prohibir que los bancos y los fondos sean propietarios de los medios de comunicación” (única medida incluida en su programa para este sector, medida que hoy, en España, afectaría directa y severamente a la totalidad de radios y televisiones comerciales de elevada audiencia, obligándoles a reformar su estructura de propiedad). *The Labour* o el *Bloco*, aun compartiendo varias medidas con *Die Linke*, rebajan el tono de sus propuestas y las complementan con medidas menos intervencionistas, como “apoyar a los medios locales” o de proximidad. En el otro extremo, fuerzas como *La France Insoumise*, *Syriza* o Más País asumen el tabú clásico, al no incluir ninguna medida de reforma específica dirigida a este sector. Tan solo este último partido propone dos medidas no estructurales sino de contenidos, nuevamente asociadas a la cuestión de igualdad de género, como son: 1) lucha contra la hipersexualización de las niñas en los medios de comunicación; y 2) tratamiento informativo adecuado de la violencia de género en los medios de comunicación.

En relación a las medidas pro-igualdad analizadas en este punto y el anterior, parece que la ola de movilización feminista, social e institucional, ha sido tan potente en los últimos años en España que es una de las pocas que ha roto el tabú de la regulación de contenidos, hasta hace unos años difícilmente planteable a nivel programático, incluso en medios públicos, mucho menos en medios privados.

Para este sector, sin embargo, encontramos también potenciales acuerdos programáticos (más o menos explícitos y evidentes) entre las diferentes fuerzas, en propuestas como:

- Creación/refuerzo de una autoridad de la comunicación con participación ciudadana.
- Combate efectivo (aunque por diversos mecanismos) de la concentración oligopólica.
- Apoyo y refuerzo de las condiciones de posibilidad para la independencia editorial y el pluralismo mediático.

4.7.3. Medidas específicas sobre medios comunitarios o del tercer sector

Históricamente, y por muy sorprendente que resulte en el ámbito académico, el gran olvidado en los programas de los partidos de izquierda es el sector de los medios sin ánimo de lucro: vecinales, asociativos, participativos, gestionados por ONG, etc. Ello sorprende habida cuenta de las innumerables ocasiones en que instituciones internacionales de peso como UNESCO han puesto en valor las labores de alfabetización y dinamización comunicacional que desempeña este sector, a menudo garante de pluralismo, independencia y participación, entre otros factores. Este vacío contrasta con la larga trayectoria que este tipo de medios posee en países como España, Francia, o Grecia, especialmente las llamadas “radios libres” pero también, cada vez más, las televisiones y emisiones multimedia vía Internet. Contrasta también con la necesidad de actualización y subsanación que exhiben los marcos jurídicos *de facto* existentes en los diferentes países.

Sin embargo, solo dos fuerzas incluyen medias a este respecto: *Die Linke* (promover modelos de financiación y organización alternativos al modelo actual basado en el accionariado y la publicidad) y Más País (fomento de los medios de comunicación comunitarios). En las demás, el sector queda invisibilizado, generando una de las ausencias programáticas más preocupantes desde el punto de vista de la defensa de una reforma comunicacional democratizante, en pro de la participación, el pluralismo y la justicia social.

4.7.4. Medidas ausentes: televisión, radio, OTT y espectro radioeléctrico

Pero no es este el único vacío programático que muestran las fuerzas de izquierda europeas analizadas. A juzgar por los programas de estos partidos, parecería que sectores económicos e industriales como la radio, la televisión, o las plataformas OTT (*Over The Top*) como Netflix, Spotify o Youtube no estuvieran puestos ante dilemas regulatorios urgentes, de absoluta prioridad política porque no solo involucran intereses directos de múltiples sectores profesionales y sociales, sino que además suponen un altísimo impacto económico indirecto

en otros muchos sectores industriales y de las artes y la cultura, además de conllevar graves riesgos para la propia soberanía nacional y el proceso democrático. Otro tanto ocurre con la gestión del radioespectro, que parecería estar exenta de problemas graves y oportunidades excepcionales, con la llegada del 5G y las nuevas posibilidades tecnológicas de multiplexión y compresión de emisiones digitales multimedia.

Bien es sabido, sin embargo, que esto no es así. *De facto*, los parlamentos nacionales viven en los últimos años intensos debates sobre cómo acomodar jurídicamente los últimos desarrollos tecnológicos, las nuevas prácticas comunicacionales ya en curso o la ineludible reforma fiscal para garantizar sostenibilidad y pluralismo en un contexto muy cambiante. Los reguladores nacionales y europeos periódicamente se ven puestos ante la necesidad de establecer nuevos límites, mediciones, decisiones estratégicas y mecanismos garantistas, en un terreno donde la norma va, como en tantos otros, por detrás de la práctica, en cuanto a integración de las nuevas posibilidades que la tecnología va creando. Decisiones como por ejemplo: la armonización de los sistemas de radio digital DAB y DAB+; la creación de *Open Channels* (siguiendo el modelo nórdico para aprovechar las mayores capacidades de transmisión del mismo radioespectro); la ubicación de las frecuencias destinadas a 5G y nuevos tipos de emisiones; la fiscalidad a que deban someterse plataformas ubicadas en paraísos fiscales pero que viven de la atención de audiencias europeas; el combate de la emisión “pirata” o irregular masiva por actores comerciales con ánimo de lucro (no solo en radio, ahora también en TDT) donde en países con España facturan grandes sumas con productos de apuestas o pseudociencias en horario infantil. Estos son solo algunos ejemplos políticamente relevantes y socialmente conocidos.

La lista de amenazas y oportunidades urgentes y relevantes de alto impacto que ofrece el contexto actual sería motivo de investigación específica, pero sin duda es numerosa y diversa. Esto nos lleva a concluir que este silencio programático común constituye, cuando menos, una oportunidad perdida (si no un talón de Aquiles) en la capacidad transformadora de los partidos de izquierda analizados. El problema de los vacíos programáticos es que tiende a llenarlos el adversario o la propia inercia de la doctrina dominante, y eso, en este terreno en concreto, que es el que construye todos los demás terrenos de la batalla político-cultural, tiene un impacto amplificado.

4.7.5. Medidas específicas sobre la prensa (digital e impresa) y la profesión periodística

Si hablamos de regulación de la prensa y de la actividad periodística, nos topamos con el mismo tabú y “sentido común” tradicional que en el caso de los medios privados. Tanto entre empresarios como entre trabajadores existe un rechazo bastante generalizado a casi toda injerencia política regulacionista que afecte a su actividad, salvo quizá en el caso de algunas subvenciones y ayudas. Tiene sentido que exista el mismo tabú que en la regulación de medios privados y que sea, incluso, mayor: la prensa pública o comunitaria han tenido mucha menos trayectoria, salvo ejemplos muy excepcionales, y a diferencia del terreno audiovisual, estos agentes no compiten por el acceso a un bien común escaso que deba ser necesariamente regulado, como es el espectro radioeléctrico.

Sin embargo, encontramos en este caso algunas medidas compartidas, y precisamente por su condición de tabú, formuladas en términos similares, siempre como apoyo y empoderamiento del profesional antes que como limitación o prohibición: proteger al periodista y su independencia y libertad de expresión, frente a ataques o presiones, externas e internas (y entre otras, “combatir el espionaje estatal” o garantizar el derecho al silencio profesional para no revelar fuentes, etc.). Esta está presente, en diferentes versiones y concreciones, en los programas de *Die Linke*, *The Labour* y *La France Insoumise*. Otras medidas presentes en más de un programa son las que prometen proteger los derechos de autor del periodista al tiempo que armonizarlos con los de los usuarios, facilitando su acceso a la información. Ninguna de ambas fuerzas españolas aquí analizadas, sin embargo, propone medida alguna en este terreno.

Como cabía prever, a partir del conocido modelo teórico de Hallin y Mancini (2004), los partidos provenientes de culturas con mayor componente cultural anglosajona, desde Alemania, Francia y Reino Unido, abordan abiertamente la regulación de la prensa, mientras que los del mediterráneo (España y Portugal) se abstienen de tratar el tema, entre otros factores por la muy directa conexión del sistema de prensa con el de partidos en el paradigma del pluralismo polarizado.

4.7.6. Medidas específicas sobre acceso a la comunicación y la cultura

Este es uno de los terrenos prolíficos y diversos en propuestas programáticas, en cuya diversidad encontramos, sin embargo, un eje de trabajo ampliamente compartido en un sentido general, si bien la “declinación” concreta de cada caso encuentra formulaciones compatibles pero muy diferentes en cada país: la garantía de acceso a los bienes de interés cultural o de producción pública, y la lucha contra la exclusión digital y otras brechas comunicacionales (especial interés en el patrimonio cultural y archivístico nacional, vía digitalización, etc.).

Más allá de esta medida, otros desarrollos programáticos varían ampliamente de unos partidos a otros, incluyendo en algún caso aspectos estructurales como la lucha contra el control monopólico en sectores de las industrias culturales audiovisuales mediante la creación de una entidad pública de distribución (*Bloco de Esquerda*), y derivando en otros hacia medidas más coyunturales.

4.7.7. Medidas relacionadas con Internet, los ISP, o las redes sociales

Es reseñable cómo diferentes partidos afrontan la lucha contra los monopolios en diferentes terrenos por separado, y no en otros. Si *Die Linke* lo hace en relación a los medios privados de comunicación, y el *Bloco de Esquerda* en relación a la distribución cinematográfica, por su parte *The Labour Party* lo menciona de manera un tanto ambigua como “hacer frente al monopolio de los gigantes tecnológicos sobre los ingresos publicitarios”, sin mayor precisión sobre qué debemos entender por “gigantes tecnológicos”, pero en evidente alusión a plataformas como Google o Facebook.

En este terreno, dos grandes ejes ampliamente compartidos destacan por su transversalidad, más allá de medidas anecdóticas o coyunturales esgrimidas por cada uno de los partidos: 1) la garantía de libre acceso universal y equitativo a Internet, con especial hincapié en zonas rurales y población en riesgo de exclusión digital; y 2) el combate de cualquier tipo de potencial censura, discriminación, bloqueo o limitación de acceso. Entre ambos, incluyen más o menos explícitamente declinaciones como el apoyo al *software* libre, al secreto de las comunicaciones y la privacidad, desarrollo de fibra óptica y 4G, habilitación de empresas públicas de distribución y acceso, wifi abierta a nivel local, protección de población vulnerable (ante ciber-acoso, etc.), alfabetización mediática, etc.

En este campo, es notable el nivel de detalle y desarrollo del programa de *Die Linke*, que comprende una batería de medidas programáticas muy específicas y precisas en relación a la lucha por los derechos digitales.

4.7.8. Otras propuestas

Cada partido expone algunas medidas innovadoras o de difícil inclusión en cualquiera de las taxonomías hasta ahora planteadas (la apriorística, plasmada en los interrogantes de investigación y nuestra taxonomía inductiva, extraída *a posteriori* del análisis).

Entre ellas, las más compartidas serían las medidas de alfabetización mediática (mediante campañas de educación formal y no formal) y capacitación tecnológica (de poblaciones vulnerables, como niños, mujeres, ancianos o refugiados), así como las de protección al consumidor y público infantil (ante publicidad de apuestas, bebidas azucaradas, etc).

4.8. Divergencias e incompatibilidades

En la sección anterior hemos visto las compatibilidades y ejes compartidos ampliamente entre las diferentes fuerzas de izquierda y las potencialidades para un marco programático común articulado entre todas ellas. Acometemos de este modo la respuesta al interrogante tercero de investigación, uno de los centrales para el estudio que nos ocupa.

La creación progresiva de un marco programático cada vez más común permitiría a estas formaciones sumar fuerzas para acometer proyectos de mayor calado en cuanto a investigación, experimentación vía proyectos piloto (como el que España ha realizado en la actual legislatura implementando la semana laboral de cuatro jornadas), denuncia de vulneraciones de derechos y visibilización de injusticias, etc. Así ha ocurrido en otros terrenos como los derechos laborales, ecológicos y ambientales, o las demandas específicas sobre igualdad de género. En el medio y largo plazo, este tipo de articulaciones permiten encontrar sinergias en la producción de datos, argumentario y conciencia social, así como en el impacto cultural que normalmente antecede a la aprobación parlamentaria de nuevas regulaciones. Multiplicarían la resonancia no solo de las propuestas programáticas, que podrían progresivamente ser incorporadas por otras fuerzas políticas o por la sociedad civil, el ámbito académico, etc., sino también de las vulneraciones de derechos o injusticias asociadas a dichas propuestas. Esto haría cada vez más difícil para las élites beneficiarias mantener ciertas prácticas antidemocráticas o discriminatorias y hacer caso omiso de las voces en contra. En la medida en que se internacionalice su lógica, dichas voces aumentarán sensiblemente su potencia y los logros en un país tendrán más posibilidades de extenderse a otros o de lograr su irreversibilidad, como ya ha ocurrido en otros ámbitos.

Sin embargo, para el avance en un marco programático común (o ampliamente compartido) entre las izquierdas de Europa, tan importante como la detección de convergencias actuales y potenciales, o incluso más, es la reflexión sobre las distancias y divergencias sobre sus potenciales incompatibilidades.

En este sentido, y en respuesta al tercer interrogante de investigación que nos hemos dado, hemos de señalar las siguientes como principales divergencias o incoherencias en este espacio discursivo:

- La diferente relación de cada partido con los tabúes clásicos en la economía política de la comunicación, la información y la cultura, como son la regulación de la profesión periodística, del radioespectro, y de los medios privados.
- Nuevos tabúes que parecen estar formándose, como es la regulación de plataformas Over the top (como YouTube o Spotify).
- La ausencia de medidas de referencia o innovadoras destinadas a asentar las innovaciones tecnológicas y nuevas prácticas comunicacionales también en sectores como la radio, televisión digital y hertziana, o redes sociales digitales.
- La preocupante ausencia casi total de propuestas en relación a un aliado natural y estratégico como sería el tercer sector de la comunicación, los medios comunitarios sin ánimo de lucro.
- La diferente orientación de medidas, en combinación con diferentes estilos de formulación, que en algunas culturas de partido se expresan tendencialmente más como reformas estructurales y de calado (La *France Insoumise*, *Die Linke*, *Labour* o *Bloco de Esquerda*), mientras que en otras más como medidas superficiales, de contenido (Unidas Podemos y sobre todo Más País).
- La ausencia total de propuesta programática mediática en el caso de la única de estas izquierdas que ha llegado a formar gobierno en solitario (y por tanto ha ejercido a menudo como referente para las demás, especialmente en el arco mediterráneo): *Syriza*.

5. Discusión y Conclusiones

Cabe preguntarse, tras el análisis realizado, si estas diferentes fuerzas de izquierda europeas pueden realizar aprendizajes mutuos o coordinar sus esfuerzos y hojas de ruta. En tanto que este estudio se realiza desde España, es de especial interés preguntarse qué puede aprender la izquierda española de las propuestas de estos otros partidos europeos, y cuáles de ellas serían potencialmente aplicables en nuestro país. No es objeto de una investigación de este tipo la formulación de medidas programáticas, pues ello requiere de consideraciones estratégicas coyunturales en relación al resto de fuerzas, al clima político y parlamentario, a la relación con los medios de comunicación, necesidades de construcción de imagen propia, liderazgos predominantes, etc., que dependen de cada fuerza y proceso electoral concreto. Requiere además de un estudio jurídico y económico *ad hoc* para cada medida propuesta. Somos muy conscientes de que un programa no deja de ser, además de

una *desiderata* de acciones de gobierno y una declaración de intenciones, también una herramienta táctica de intervención cultural y política, encuadrable en diversas estrategias de medio y largo plazo. Esta perspectiva excedería con mucho las posibilidades de esta investigación.

Sin embargo, sí cabe señalar, en una valoración crítica, algunas de las medidas ausentes aunque perfectamente compatibles con el resto del marco programático de las izquierdas españolas, así como sus principales déficits y puntos ciegos. En este sentido, las posibles enmiendas aquí detectadas para sus programas de reforma mediática deberían incluir:

- La atención estratégica y prioritaria a las demandas específicas del tercer sector de la comunicación, actualmente casi desatendido. En concreto, las de acceso estable y con seguridad jurídica al radioespectro y la de apoyo económico sin compromiso para su independencia.
- La consideración de los retos tecnológicos, así como de gestión del radioespectro, que suponen la generalización de tecnologías como el 5G, el DAB y el DAB+, o las plataformas *Over The Top*, de cuya estabilización dependen importantes y muy variados sectores económicos y que no pueden seguir siendo un punto ciego del marco programático.
- La revisión de las medidas que impliquen control de contenidos y su potencial traducción en términos de reformas estructurales, menos fácilmente descartables desde la ideología política neoliberal todavía hegemónica y más orientadas a lograr irreversibilidad de sus logros, como hacen el resto de izquierdas europeas.

En conclusión, de las tres hipótesis que nos habíamos dado al inicio, tenemos que queda en gran medida falsada y descartada la primera de ellas: sí existe un marco programático compartido en gran medida, entre las principales fuerzas referentes de la izquierda crítica o alternativa en Europa, como hemos visto en las secciones anteriores. La prueba de hipótesis en este caso la constituyen la existencia de hasta 5 ejes temáticos comunes para más del 50% de las fuerzas políticas analizadas, tal y como se detalla en el apartado 4.4 (cfr. supra).

Quedan, sin embargo, a tenor del análisis expuesto en los distintos subapartados del anterior epígrafe 4, parcial o plenamente validadas las restantes hipótesis de trabajo: a) existen importantes vacíos programáticos en relación a la regulación mediática (prueba de hipótesis: ausencia de espacio propio para visibilización del programa de reforma mediática en más del 50% de las fuerzas analizadas y ausencia total de medidas propuestas en el programa de la única fuerza que ha logrado llegar a formar gobierno en solitario, así como silencio por parte de tres o más fuerzas en al menos dos de los ejes temáticos identificados como relevantes, cfr. Tabla 5 y Tabla 6); b) estos silencios programáticos o “puntos ciegos” se distribuyen de forma desigual entre programas, afectando a diferentes subtemas o ejes políticos (especialmente “Derechos Digitales” y “Control de contenidos”) , si bien algunos de ellos sí resultan ampliamente compartidos (como es el caso de “Derecho a la cultura y la información” y “Democratización de los medios”) por lo que esta hipótesis queda solo parcialmente validada; c) las diferencias programáticas tienen que ver generalmente con esos vacíos, con diferentes priorizaciones y estilos de formulación y con distintos focos de interés, más que con supuestas incompatibilidades “profundas” o estructurales entre sus demandas o análisis.

La ausencia de orientaciones contradictorias o incompatibles, o de propuestas que colisionen entre sí en el ordenamiento jurídico europeo, y la constatación de numerosas propuestas complementarias, constituye la prueba de hipótesis (validada) de que efectivamente existe la posibilidad de articular un programa mediático compartido y común a las izquierdas transformadoras que actúan como referentes en el espacio político europeo, coordinando estilos de formulación programática y sincronizando prioridades fruto de análisis compartido. Dicho de otro modo, la izquierda europea y los movimientos y asociaciones profesionales pro-reforma mediática, podrían beneficiarse de comenzar a hacer explícito el marco programático implícito común que hemos resumido y analizado en este estudio. Las fuerzas de izquierda en Europa tienen potenciales aprendizajes mutuos pendientes de realización en cuanto a sus programas de reforma mediática, como es la subsanación de dichos vacíos mediante préstamos programáticos, así como la compartición de medidas innovadoras para nuevas realidades.

6. Referencias

- Álvarez-Peralta, M. (2017). Demandas de reforma mediática y momento populista. La circulación de las propuestas de democratización de los medios en el espacio político post-bipartidista. *IC- Revista Científica de Información y Comunicación*, 14, 121-157. <https://doi.org/10.12795/IC.2017.i01.05>
- Álvarez-Peralta, M. (2020). Construcción programática, ¿desde la izquierda o desde abajo? Análisis del caso de la regulación mediática en Podemos. En E. Ingala y J. E. Ema, *Populismo y hegemonía: Retos para la política emancipatoria* (pp. 245-259). Lengua de trapo.
- Álvarez-Peralta, M. y Carañana, J.-P. (2018). Mediatización de las políticas mediáticas: Cobertura de las propuestas de regulación de medios en la XI Legislatura española. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 2(8). <https://doi.org/10.15304/RICD.2.8.5145>
- Barranquero-Carretero, A. (2019a). El Periodismo Social como área de especialización, perspectiva de reforma y cultura profesional. Una revisión de conceptos y debates. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(2), 657-676. <https://doi.org/10.5209/esmp.64794>
- Barranquero-Carretero, A. (2019b). Comunicación, ciudadanía y cambio social. Diseño de un modelo de investigación y acción para democratizar la comunicación desde la noción de reforma mediática. *Signo y Pensamiento*, 38(75). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp38-75.cccs>
- Barranquero-Carretero, A., Moreno Ramos, M. A., Macías Varela, B., Ceballos Castro, G. y Arévalo Salinas, A. I. (2014). Una experiencia ciudadana de reforma mediática. Los premios enfocados/desenfocados al periodismo en España. *COMMONS - Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 3(2), 57-76. <https://doi.org/10.25267/commons.2014.v3.i2.04>
- Candón-Mena, J. (2013). Movimientos por la democratización de la comunicación: Los casos del 15M y #YOSOY132. *Razón y palabra*, 82, 36-21. <https://revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/645>
- Esteinou, J. (2002). Propuestas de los intelectuales para la reforma de los medios de comunicación en México. *Razón y Palabra*, 27. <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n27/jesteino.html>
- Feintuck, M. y Varney, M. (2006). *Media Regulation, Public Interest and the Law*. Edinburgh University Press.
- Fones-Wolf, E. (2006). *Waves of Opposition: Labor and the Struggle for Democratic Radio*. University of Illinois Press.
- Freedman, D. (2014). *The Contradictions of Media Power*. Bloomsbury.
- Freedman, D., Obar, J., Martens, C. y McChesney, R. W. (Eds.). (2016). *Strategies for Media Reform. International Perspectives*. Fordham University. <https://www.fordhampress.com/9780823271641/strategies-for-media-reform/>
- Gasher, M., Brin, C., Crowther, C., King, G., Salamon, E. y Thibault, S. (2016). *Journalism in Crisis: Bridging Theory and Practice for Democratic Media Strategies in Canada*. University of Toronto Press.
- Hackett, R. (2000). Taking Back The Media: Notes On The Potential For A Communicative Democracy Movement. *Studies in Political Economy*, 63(1), 61-86. <https://doi.org/10.1080/19187033.2000.11675233>
- Hackett, R. A. y Carroll, W. K. (2006). *Remaking Media: The Struggle to Democratize Public Communication*. Routledge.

- Hallin, D. y Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge University Press.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Teoría y práctica. Paidós Ediciones.
- Kumar, D. (2007). *Outside the box: Corporate media, globalization and the UPS strike*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Lameiras, M. y Sousa, H. (2017). Portugal: Políticas de transparencia y reforma de los medios públicos. En I. Fernández Alonso, *Austeridad y clientelismo: Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera* (pp. 51-68). Gedisa. <http://repositorium.sdum.uminho.pt/>
- Lunt, P. y Livingstone, S. (2011). *Media Regulation: Governance and the Interests of Citizens and Consumers*. SAGE Publications.
- McChesney, R. (2009). Understanding the Media Reform Movement. *International Journal of Communication*, 3, 47-53. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/442/299>
- McChesney, R. W. (2000). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. The New Press.
- Mestman, M. y Mastrini, G. (1996). Desregulación o re-regulación?: De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 2, 81-88. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=188580>
- Miguel, J. C. (2007). Caracterización de la regulación de la FCC. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 12(23), 119-137. <https://doi.org/10.1387/zer.3648>
- Moreiro González, J. A. y Marzal García-Quismondo, M. A. (2001). Modelos teóricos y elementos funcionales para el análisis de contenido documental: Definición y tendencias. *Investigación Bibliotecológica: archivonomía, bibliotecología e información*, 15(31), 125-162. <https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2001.31.3979>
- Napoli, P. (2007). Public Interest Media Activism and Advocacy as a Social Movement. En C. S. Beck (Ed.), *Communication Yearbook* (pp. 385-401). Routledge.
- Padovani, C. y Calabrese, A. (Eds.). (2014). *Communication Rights and Social Justice: Historical Accounts of Transnational Mobilizations*. Palgrave Macmillan.
- Park, D. J. (2021). *Media Reform and the Climate Emergency: Rethinking Communication in the Struggle for a Sustainable Future*. University of Michigan Press.
- Pickard, V. W. y Yang, G. (Eds.). (2017). *Media activism in the digital age*. Routledge.
- Piñuel, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Sociolinguistic studies*, 3(1), 1-42.
- Puppis, M. (2010). Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 134-149. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01063.x>
- Raboy, M. y Padovani, C. (2010). Mapping Global Media Policy: Concepts, Frameworks, Methods*. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), 150-169. <https://doi.org/10.1111/j.1753-9137.2010.01064.x>

- Rosique, G. y Barranquero, A. (2016). Radiografía de los observatorios de medios en España. Una herramienta ciudadana para la reforma mediática. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1104>
- Sarikakis, K. y Rodríguez-Amat, J. R. (2014). Intellectual property law change and process: The case of Spanish Ley Sinde as policy laundering. *First Monday*, 19(3). <https://doi.org/10.5210/fm.v19i3.4854>
- Segura, M. S. (2011). La reforma comunicacional: La construcción de sus argumentos y condiciones de posibilidad a partir de 2001. *Estudios - Revista del Centro de Estudios Avanzados*, 26(julio-diciembre), 125-142. <http://ref.scielo.org/4wrmt9>
- Siochrú, S. Ó., Girard, B. y Mahan, A. (2002). *Global Media Governance: A Beginner's Guide*. Rowman & Littlefield.
- Stein, L., Kidd, D. y Rodríguez, C. (Eds.). (2009a). *Making Our Media: Global Initiatives Toward a Democratic Public Sphere. Volume One: Creating New Communication Spaces*. Hampton Press.
- Stein, L., Kidd, D. y Rodríguez, C. (Eds.). (2009b). *Making Our Media: Global Initiatives Toward a Democratic Public Sphere: Volume Two: National and Global Movements for Democratic Communication*. Hampton Press.
- Thomas, P. (2006). The Communication Rights in the Information Society (CRIS) Campaign. Applying Social Movement Theories to an Analysis of Global Media Reform. *International Communication Gazette*, 68(4), 291-312. <https://doi.org/10.1177/1748048506065763>
- Trappel, J. (2011). *Media for Democracy Monitor: A Cross National Study*. Coronet Books.
- Trappel, J. y Meier, W. A. (2011). *On Media Monitoring: The Media and Their Contribution to Democracy*. Peter Lang.
- Tucho, F. (2006). La sociedad civil ante el sistema mediático. El Movimiento de Reforma de los Medios en Estados Unidos. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 11(20). <https://doi.org/10.1387/zer.3768>
- van Cuilenburg, J. y McQuail, D. (2003). Media Policy Paradigm Shifts: Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*, 18(2), 181-207. <https://doi.org/10.1177/0267323103018002002>

7. Artículos relacionados

- Conde del Río, M. A. (2021). Estructura mediática de Tiktok: estudio de caso de la red social de los más jóvenes. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 59-77. <https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e126>
- De Vicente Domínguez, A. M., Carballada Camacho, M. R. y Cestino González, E. (2022). Análisis de las competencias mediáticas del alumnado que ingresa en la universidad: un estudio de caso en estudiantes de comunicación. *Vivat Academia, Revista de Comunicación*, 155, 151-171. <https://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1375>
- Pecourt Gracia, J. (2020). Los intelectuales y el “espacio de opinión” mediático: el caso de La desfachatez intelectual. *Historia y Comunicación Social*, 25(1), 265-274. <https://doi.org/10.5209/hics.69243>

Sánchez Serrano, D., Arranz Rodríguez, I. y Bergaz Portolés, M. (2023). La transformación de la estrategia de medios desde la irrupción del Branded Content: El caso "aprendemos juntos" de BBVA. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 56, 10-27. <https://doi.org/10.15198/seeci.2023.56.e801>

Vargas, J. J. y Yébenes Cortés, M. P. (2023). Salud mental y cobertura mediática del COVID-19: una investigación de los efectos del manejo de la televisión y la interrelación eficiente de la ansiedad a través de la técnica dual: sufrimiento vs dolor, para la mejora del estrés generado por la pandemia. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 156, 288-305. <https://doi.org/10.15178/va.2023.156.e1464>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Conceptualización: Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Validación:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Análisis formal:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Curación de datos:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Redacción-Preparación del borrador original:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Redacción Revisión y Edición:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Visualización:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Supervisión:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Administración de proyectos:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés. **Todos los/as autores/as han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito:** Álvarez-Peralta, Miguel y Raúl Rojas-Andrés.

AUTORES:

Miguel Álvarez-Peralta

Universidad Rey Juan Carlos. España.

Miguel Álvarez-Peralta. Profesor Ayudante Doctor en la Facultad de Ciencias Sociales URJC desde 2023. Antes, Profesor en la Facultad de Comunicación UCLM, desde 2012, y en la Universidad Complutense (2010-2012). Acreditado ANECA a Profesor Titular. Realizó su tesis doctoral en torno a la cobertura periodística de la crisis económica (UCM, 2015). Master en Periodismo Científico por la UNED (2010). Ha realizado estancias en la Universidad RWTH de Aachen (Alemania) y como investigador visitante en las universidades de Bolonia (Italia), y Harvard University (Cambridge, EE.UU.). Tiene un sexenio de investigación reconocido, ha dirigido 5 tesis doctorales y participado en 15 proyectos de I+D financiados en convocatoria competitiva, tres de ellos como Investigador Principal.

miguel.peralta@urjc.es

Índice H: 8

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-5619-8106>

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=55817803800>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=zErenoAAAAJ&hl=en>

ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Miguel-Alvarez-Peralta>

Academia.edu: <https://uclm.academia.edu/MiguelAlvarezPeralta>

Raúl Rojas-Andrés

Universidad de Castilla-La Mancha. España.

Profesor colaborador de Comunicación Política en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha. Licenciado en filosofía por la Universidad Complutense de Madrid. Realizó su tesis doctoral en la Universidad de Castilla-La Mancha sobre las lógicas de distinción cultural en la izquierda española y su impacto en la comunicación política y la formación de identidades políticas. Es miembro de ULEPICC-España.

profesor.jrrojas@uclm.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0375-3548>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=W2Yn-8QAAAAJ&hl=es>