Desafíos y perspectivas de la comunicación pública en América Latina: relevancia de la C4D en las políticas comunicacionales

Challenges and Perspectives of Public Communication in Latin America: Relevance of C4D in Communication Policies

Dra. Olga Rosa González Martín^{1*} <https://orcid.org/0000-0003-0388-5425>

¹Centro de Estudios Hemisféricos y sobre Estados Unidos (CEHSEU). Universidad de La Habana, Cuba

*Autor para correspondencia: olgarosa@cehseu.uh.cu

RESUMEN:

Durante la última década, la comunicación política en América Latina ha estado mediada por tres elementos: el estado del sistema de comunicación pública, las distintas leyes de comunicación adoptadas por los Gobiernos progresistas, y la comunicación para el desarrollo (C4D) y el cambio social. Sin embargo, algunos logros en materia de derecho a la información y la comunicación prácticamente han desaparecido con la llegada al poder de nuevos Gobiernos, y la concentración de capitales en la industria mediática es todavía una realidad. Por lo tanto, surge la interrogante de cuáles resultan los desafíos que la izquierda y los movimientos sociales tienen hoy cuando existen otros Gobiernos en el poder. ¿Por qué la C4D y el cambio social se muestran en la actualidad como más relevantes que nunca? Responder estas preguntas constituye el objetivo del presente trabajo.

Palabras clave: América Latina; comunicación pública; comunicación para el desarrollo (C4D); comunicación para el cambio social.

ABSTRACT:

During the last decade, political communication in Latin America has been mediated by three elements: the state of the system of public communication, different communication laws passed by progressive governments and Communication for Development (C4D) and social change. However, some of the achievements regarding rights to information and communication have basically disappeared with the arrival of new governments and concentration of media ownership is still a reality. Therefore, I wonder what are the challenges the Left and the social movements face

today when different governments are in power. Why is C4D and social change more relevant than ever? To answer to these questions is the purpose of the article.

Keywords: *Latin America; public communication; communication for development (C4D); communication for social change.*

Enviado: 6/3/2020

Aprobado: 22/2/2021

INTRODUCCIÓN

En lo que va del siglo XXI, América Latina ha sido escenario de múltiples cambios políticos, económicos y sociales. Cada uno, con sus alcances y limitaciones, estuvo mediado por la llegada al poder ejecutivo de Gobiernos progresistas en Bolivia –víctima de un Golpe contra el presidente Evo Morales–, Venezuela, Nicaragua, Ecuador –en la etapa de Rafael Correa–, Argentina –cuando Cristina de Kitchner era presidenta– y Brasil –en los años de Dilma Ruseff–. Todos, si bien con logros importantes a partir de la intervención del Estado, experimentaron un:

retroceso en el nivel de desarrollo de conciencia de los sujetos sociales y políticos, que después de un gran momento de protagonismo en su condición de sujetos históricos, devienen en actores interesados más en sus intereses particulares que en su visión universal. (Moldiz, 2017, p. 57)

Pero, ¿cómo se produjo este proceso? ¿Qué ha fallado? ¿Cuáles son los desafíos que la izquierda y los movimientos sociales enfrentan hoy cuando ya no son los Gobiernos de izquierda los que están en el ejecutivo? Explicar los elementos que han mediado en estos procesos es el objetivo central de este trabajo, aunque solo desde una visión comunicacional. Para ello se describirá el estado del sistema de comunicación pública en la región, se explicará la relevancia que tiene la comunicación para el desarrollo (C4D) en la comunicación política y, por último, se definirán los desafíos para la izquierda latinoamericana y los movimientos sociales.

Se recurrió a la perspectiva cualitativa y al método dialéctico porque permitieron analizar el fenómeno objeto de estudio en su contexto histórico social, con una visión holística no desconectada de sus antecedentes, génesis e historia. Asimismo, se hizo una revisión bibliográfica en torno a lo que se ha investigado sobre estos temas en el mundo por instituciones como la Organización de Naciones Unidas (ONU) y, en especial, uno de sus organismos: la Organización

de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y la Oficina Regional Latinoamérica y el Caribe de la Federación Internacional de Periodistas; así como en artículos académicos acerca del impacto de las leyes de comunicación que los Gobiernos progresistas en América Latina lograron aprobar, si bien no se implementaron en su totalidad, y hoy se enfrentan a un proceso de desarticulación resultante de la llegada al poder de una nueva oleada derechista.

La comunicación pública es el proceso de producción, distribución, uso de la información y cambio de las sociedades (Martín Serrano, 1989). En esta resulta determinante la comunicación política, entendida como:

proceso multidimensional que, en el contexto del capitalismo imperialista global del siglo XXI, se estructura alrededor de la dimensión de la dominación ideológico-cultural; con nuevos actores como sujetos protagónicos del ejercicio de la política; nuevas temáticas como entorno de la acción de estos; así como nuevas formas de organización que privilegian las estructuras en redes de incidencia a nivel local, nacional, regional y transnacional. (González & Vázquez, 2020)

Así, en la América Latina de la última década, este proceso ha estado mediado por tres elementos que no se pueden obviar: el estado del sistema de comunicación pública, los alcances y las limitaciones de las leyes de comunicación adoptadas en la región, y la Comunicación para el Desarrollo (C4D) y el cambio social. Todos están determinados, a su vez, por la concentración de capitales —a principios de este siglo había nueve consorcios mediáticos en la región—, y por el acceso de los ciudadanos a la información y a la comunicación; por ende, al derecho a ser reconocidos y no ya representados. Cada uno se analizará en los distintos acápite que se presentan a continuación.

DESARROLLO

El estado del sistema de comunicación pública. Alcances y limitaciones de las leyes de comunicación adoptadas en la región

En el resumen ejecutivo de su informe sobre tendencias mundiales en torno a la libertad de expresión y el desarrollo de los medios, correspondiente a 2017-2018,¹ la UNESCO (2018) aclara que, para el caso específico de sus análisis sobre libertad de expresión, se tienen en cuenta cuatro elementos: libertad, pluralismo, independencia de los medios y seguridad de los periodistas, los cuales constituyen una herramienta para la aplicación de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible, que «reconoce la importancia del acceso público a la información y las

libertades fundamentales» (UNESCO, 2018, p. 10). Asimismo, se presta especial atención a la igualdad de género. Estos cuatro elementos se han analizado en el entorno político, económico y social de América Latina, donde el conflicto entre los medios y el Gobierno por la implementación de leyes de comunicación en varios países de la región ha sido fuerte, y ha trascendido las fronteras nacionales y regionales –por ejemplo, el caso de Venezuela.

En cuanto a la libertad de los medios, la UNESCO (2018) considera que, si bien se ha avanzado, todavía existen restricciones legales que limitan el derecho a la difusión de información e ideas. Temas como la privacidad, la política de transparencia y la limitación de los contenidos, a partir de la llamada «economía de la atención», conducen no solo a un tratamiento simplista de temas relevantes para cualquier sociedad, sino limitan la libertad de los medios a la hora de seleccionar sus agendas. No obstante, se reconoce como factor positivo la tradición latinoamericana de filtrar contenidos relacionados con la pornografía infantil y la tendencia a la adopción de legislaciones relacionadas con los derechos en internet y la neutralidad de la red. Chile fue el primer país de la región en implementar una disposición legal al respecto (UNESCO, 2014, p. 9). Asimismo, se valora como buena señal que, a pesar de la calidad y el impacto de los trabajos, en la región continúe haciéndose periodismo investigativo y se reconozca el derecho a la protección de las fuentes, las cuales gozan, incluso, de protección legal. En este último decenio también han proliferado las leyes acerca de la libertad de información, lo que, si bien indica un reconocimiento a la transparencia necesaria de todo proceso político, no significa que estas se hayan implementado a cabalidad.

Sobre el pluralismo, la UNESCO (2018) reconoce que en el último quinquenio se ha hecho notable la multiplicación de fuentes de información a las que tienen acceso los ciudadanos. Sin embargo, admite también que este pluralismo se ve afectado por la concentración de la propiedad de los medios y algunos servicios de internet, como los llamados «filtros» de los medios sociales, las «burbujas» que hacen que las personas no accedan a toda la amalgama de criterios y puntos de vistas que se ofrecen. A través de algoritmos especializados en la búsqueda de información, los ciudadanos solo acceden a aquellos puntos de vista que no van más allá de su zona de confort. Por lo tanto, el consumo está mediado por ese filtro que evita lograr otras visiones. Esto ha generado lo que algunos definen como «pluralismo polarizado», influido, entre otros factores, por el proceso de concentración de capitales en los medios, que ha ido de una integración vertical y horizontal a una cruzada.

No obstante, se reconocen como elementos distintivos del último decenio la renovación del marco regulatorio y la implementación de políticas, que han contribuido a la promoción del pluralismo, y la diversidad de voces y fuentes de información, a partir del aumento de los medios públicos y comunitarios en países en los que históricamente no habían sido reconocidos; aunque se mantiene y se refuerza la lucha por parte del sector comercial y los dueños de los consorcios mediáticos en contra de los nuevos actores en el plano comunicacional y de los Gobiernos que los impulsaron.

Como ejemplo sobre la promoción del pluralismo en el último decenio y el impacto de la concentración de capitales en la industria mediática, la UNESCO (2014) se refiere a Brasil. Al respecto plantea lo siguiente:

El grado de penetración de los medios en la región ha sido significativo, especialmente para el caso de la TV libre/abierta: según un estudio publicado por el Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística, en 2012 este medio alcanzaba el 90 % de las poblaciones del país, seguido de la radio (bien por encima del 60 % de penetración), la TV por abono (más del 60 %) y los periódicos, que normalmente mostraban tasas de penetración mucho menores. La circulación de periódicos presenta una tendencia al alza, con un 5 % de aumento entre 2006 y 2011, según la Asociación Mundial de Periódicos (WAN-IFRA, por sus siglas en inglés). En los últimos años la región ha visto un incremento en la cantidad de periódicos publicados todos los días, al igual que en los que aparecen en línea. Aunque a primera vista esta tendencia parecería ser una mejora del pluralismo en los medios, se ha visto contrarrestada por una tendencia hacia la concentración. Por ejemplo, Martini y Becerra observan que en el MERCOSUR (sin incluir Brasil) solo cuatro periódicos abarcan más del 60 % del mercado (p. 12).

En este sentido, resulta importante también la relación entre concentración geográfica y contenidos a ofrecer, pues la mayor parte de la producción de contenidos informativos y de entretenimiento se concentra en temas relacionados con el quehacer de los grandes centros urbanos. Las emisoras públicas y comunitarias que se han visto beneficiadas por las leyes de comunicación adoptadas en países como Venezuela, Ecuador y Argentina, por ejemplo, no siempre han logrado funcionar con la independencia financiera y política que la ley les permite, debido, entre otros factores, a su fragilidad y a la cultura de consumo que se ha consolidado en nuestra región.

Asimismo, se reconoce el impacto de las políticas públicas encaminadas a garantizar la expansión de la conectividad, el acceso a la información y la diversidad de contenidos, a partir de la reducción de las tarifas de los planes de banda ancha y el crecimiento, a la vez, de la banda ancha móvil como forma alternativa de acceso a internet. Sin embargo, no todo está resuelto, pues tanto el sector de las telecomunicaciones como el de los medios, en general, piensan en términos de rentabilidad y el proceso de «desmonopolización» es complejo.

La independencia de los medios, por su parte, se debilita debido a la preponderancia que, por un lado, tienen las fuerzas económicas y, por otro, los agentes políticos a través, por ejemplo, de la reducción de los presupuestos de las organizaciones mediáticas y de los procesos de concesión de licencias a las cadenas de radio y televisión. No obstante, es importante reconocer que en la mayoría de los países de América Latina «no se requieren licencias o autorizaciones especiales para la operación de los medios impresos. Lo mismo sucede en el ámbito de los medios en línea [...] donde los recién llegados han podido acceder libremente al mercado» (UNESCO, 2014, p. 19).

Sin embargo, ha quedado claramente demostrado en nuestra región que, a pesar de las presiones que desde el punto de vista presupuestario pueda ejercer el Estado sobre los medios públicos para que defiendan más una postura política que

otra, o lo que pueda hacer en materia de concesión de licencias como mecanismo de presión, los medios privados tampoco son independientes, pues sus compromisos comerciales y políticos en función de los intereses de la burguesía latinoamericana los ha conducido a adoptar posturas más propias de un partido político que de un medio de comunicación. Por lo tanto, resultan tan responsables de la extraordinaria polarización política que existe hoy en América Latina como cualquier partido político.

Todo esto también influye en el ejercicio del periodismo como práctica social. Más allá de si los periodistas están suficientemente capacitados para operar en un entorno determinado por los elementos de la comunicación en red (multimedialidad, hipertextualidad e interactividad), donde las estructuras de poder y su accionar se complejizan a partir de los contextos particulares de cada nación, ciertamente, la estructura monopólica tradicional –como elemento distintivo del sistema de comunicación pública de la región– genera inseguridad laboral y, por ende, procesos de autocensura mediados, incluso, por el temor a perder la vida.

De ahí que la seguridad de los periodistas resulte, probablemente, el tema más alarmante por la cantidad de asesinatos, desapariciones y amenazas que a diario sufren. Un lamentable ejemplo de tal tendencia ha sido la muerte de más de cien periodistas durante el último proceso electoral en México. Tópicos como la corrupción política, el temor a perder cuotas de poder, el narcotráfico, los derechos sobre la tierra, los recursos naturales, el medio ambiente y su protección –especialmente en casos donde están involucradas grandes industrias y transnacionales–, así como la violencia contra la mujer, la infancia y los grupos minoritarios y/o marginados de la sociedad, determinan la vida de un periodista y la calidad de los productos que también se les ofrece a los ciudadanos.

Por otro lado, el género y la representación de la mujer en el sistema de comunicación pública² de los países de la región constituye un tema pendiente, pues estas continúan siendo subrepresentadas, fundamentalmente, en puestos gerenciales y editoriales. Los estereotipos de género se siguen reproduciendo en la mayor parte de los productos comunicativos de entretenimiento que consume la población. Asimismo, las visiones sobre la violencia, los casos de feminicidio y el papel de las mujeres en las sociedades también están mediados por las concepciones que, en torno al género, existen en América Latina.

Como se ha visto, la libertad, el pluralismo, la independencia de los medios y la seguridad de los periodistas representan los temas que más le han interesado a la Organización de Naciones Unidas (ONU) sobre la comunicación en América Latina. Sin embargo, la UNESCO (2016) ha ido más allá de hacer un diagnóstico: con el objetivo no solo de debatir sino de «[...] promover la consolidación de medios de comunicación pluralistas e independientes en los países en desarrollo, con especial atención en la generación de un clima de consenso y de un entorno seguro [...]» (p. 7), ha implementado el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC). Este aprobó en 2008 una propuesta metodológica basada en cinco categorías encaminadas a evaluar el entorno mediático para el ejercicio

del derecho a la libertad de opinión y de expresión, las cuales se conocen como Indicadores de Desarrollo Mediático (IDM). A continuación se presentan (UNESCO, 2016, pp. 5-6):

1. Sistema regulador conducente a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad de los medios de comunicación social
 - 1.1. Marco Jurídico y Político
 - 1.2. Sistema para Regular los Medios Difusivos
 - 1.3. Leyes sobre Difamación y Otras Restricciones Legales sobre Periodistas
 - 1.4. Censura
2. Pluralidad y diversidad de los medios de comunicación social, igualdad de condiciones económicas y transparencia en la propiedad
 - 2.1 Concentración de Medios
 - 2.2 Una mezcla Diversa de Medios Públicos, Privados y Comunitarios
 - 2.3 Asignación de Frecuencias y Espectro Radioeléctrico
 - 2.4 Impuestos y Regulación Empresarial
 - 2.5 Publicidad
3. Los medios como plataforma para el discurso democrático
 - 3.1 Los Medios Reflejan la Diversidad de la Sociedad
 - 3.2 Modelo de Medios de Servicio Público
 - 3.3 Autorregulación de los Medios
 - 3.4 Requisitos para la Justicia y la Imparcialidad
 - 3.5 Niveles de Confianza del Público y Credibilidad de los Medios
 - 3.6 Seguridad de Periodistas
4. Capacitación profesional e instituciones de apoyo a la libertad de expresión, el pluralismo y la diversidad
 - 4.1 Disponibilidad de Capacitación Profesional Mediática
 - 4.2 Disponibilidad de Cursos Académicos en las Prácticas Mediáticas
 - 4.3 Presencia de Sindicatos Laborales y Organizaciones Profesionales
 - 4.4 Presencia de Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)
5. La capacidad infraestructural suficiente para apoyar a medios independientes y pluralistas
 - 5.1 Disponibilidad y Utilización de los Recursos Técnicos por los Medios
 - 5.2 Penetración de la Prensa, los Medios Difusivos y las Tics³

Bolivia fue el segundo país latinoamericano en el que se aplicaron los IDM, después de Ecuador.⁴ La investigación general se hizo durante el Gobierno de Evo Morales y participaron «[...] 22 instituciones de la sociedad civil, la academia y del Gobierno [...]» (UNESCO, 2016, p. 18). En este sentido, se destacan la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación, la Asociación Nacional de Periodistas de Bolivia, la Asociación Boliviana de Radiodifusoras, la Asociación Nacional de la Prensa, la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación, la Red Minera de Radio y Televisión, el Ministerio de Comunicación, la Red TIC Bolivia, la Confederación Sindical de Trabajadores de la Prensa de Bolivia y el Consejo Nacional de Ética Periodística.

Luego de un proceso complejo, caracterizado por la polarización política existente en el país, el estudio demostró que los periodistas sufren agresiones verbales, amenazas y golpes cuando realizan su trabajo, además de ser víctimas de las presiones emanadas de condicionamientos publicitarios y propagandísticos, que generan autocensura por miedo a perder su empleo. Asimismo,

[...] evidencia que existen muy pocos espacios en los medios de comunicación pensados para reflejar la diversidad lingüística de los bolivianos, así como que es casi inexistente la voz de grupos vulnerables en Bolivia como mujeres, niños, jóvenes, personas con discapacidad, adultos mayores o colectivos de diversidad sexual. (UNESCO, 2016, p. 11)

Sin embargo, lo más interesante para esta autora resultó el reconocimiento, por parte de asociaciones que representaban a los medios privados, de que no se evidenciara una influencia abierta desde el Gobierno o las entidades gubernamentales en contenido editorial de los medios, si bien reconocieron que desde el Ejecutivo se criticaba a algunos medios privados considerados como opositores. Todo esto tuvo lugar en un país donde se reconocía, desde la Constitución, el Código Penal y otras leyes y decretos, la libertad de expresión de los ciudadanos y la prensa; y se prohibían, además, el monopolio y oligopolio privados. Asimismo, la Constitución establecía la igualdad de condiciones y oportunidades para los medios privados y la Ley de Telecomunicaciones reglamentaba el uso equitativo del espectro radioeléctrico. Esto resulta relevante porque evidencia que el golpe de Estado contra Evo Morales no se efectuó por supuestas violaciones a los derechos ciudadanos ni a la Constitución del país, sino por los intereses de una oligarquía que, ante la evidente democratización, no podía aceptar la pérdida de cuotas de poder.

De manera general, la UNESCO ha aportado un modelo que, si bien pretende ser útil a todos los países, debe aplicarse teniendo en cuenta el sistema político de cada país y sus condiciones histórico-concretas. El sistema de comunicación pública no opera con el mismo nivel de efectividad en un país en guerra y asediado que en otro que no tiene que pensar

cómo garantizar la supervivencia de la nación. No obstante, lo importante resulta que, más allá de su supuesta aplicabilidad universal, existe como guía, como referencia, para que otros puedan adaptarlo o definir uno que se ajuste a sus condiciones. Por otro lado, hay que considerar la voluntad política de los Estados y Gobiernos de someterse a un escrutinio como el que propone la UNESCO. Resulta interesante que en nuestra región los dos estudios se hayan podido hacer con Gobiernos de izquierda en el poder y que, además, han garantizado, desde la ley, el derecho a un sistema de comunicación pública incluso a pesar de sus limitaciones.

Asimismo, las investigaciones de la academia latinoamericana desde la economía política de la comunicación en torno al nivel de concentración de capitales en la industria mediática, y su impacto en los procesos de construcción de la realidad latinoamericana y la libertad de expresión, han obtenido resultados similares a los de la UNESCO (Becerra & Mastrini, 2008, 2017a, 2017b; Barranquero & Ángel, 2015). Sin embargo, debe reconocerse que en el ámbito académico latinoamericano se les ha prestado más atención a los consorcios mediáticos como tal, a los vínculos familiares que sus dueños han tenido tradicionalmente con miembros de la oligarquía latinoamericana, además de a la manera en que estos han ido adaptando su discurso según el contexto político. En este sentido, interesantes han resultado los estudios de la Federación Internacional de Periodistas (2016) sobre el impacto de la concentración de medios en el derecho a la comunicación. Así lo plantearon: “La concentración es un proceso complejo, múltiple y diverso. Los medios son instituciones con una doble acción y mediación de intereses: políticos y económicos. A partir del tipo de mercancía con la que trabajan –que tiene doble valor: material y simbólico– componen un actor particular y con consecuencias especiales a partir de sus acciones. Intervienen, afectan y constituyen –aunque no determinan en soledad– el espacio público, que es un espacio político” (p. 1).

Esta definición de la “concentración” como proceso complejo, múltiple y diverso resulta esencial para comprender en su justa medida la concentración de los medios como parte del proceso de concentración de capitales en la economía capitalista actual. No se olvide que en los años de la década de los ochenta del pasado siglo tuvieron lugar el surgimiento y la consolidación de sistema de medios globales que, más que democratizar los procesos tradicionales de comunicación política en los Estado-naciones, los refuerza. Dicho sistema se caracteriza por lo siguiente:

- aumento de flujos de contactos internacionales de los medios, por lo tanto, crecimiento de medios multinacionales;
- implantación de modelo comercial de comunicación a escala global (cultura del entretenimiento, productos mediáticos convertidos en bienes de consumo para satisfacer objetivos del mercado);
- concentración mediática, y producción y reproducción del orden internacional; e
- imposición de agendas globales.

Igualmente, a finales de 1990, la Organización Mundial del Comercio (OMC) firmó el Acuerdo de las Telecomunicaciones, que estableció la liberalización de mercados tecnológicos, al provocar un incremento de servicios para los países en vías de desarrollo, aunque con la reproducción, a la vez, de las relaciones de poder tradicionales. Por lo tanto, se produjo un proceso de globalización mediática determinado por la relación entre medios, desregulación y comercio de comunicación. Se promovió una cultura del entretenimiento que se alejaba del papel de los medios en la democracia, a partir de la producción mediática, entendida como bienes de consumo, para satisfacer el interés del mercado y no de la sociedad. Todo esto estuvo mediado por un orden económico expresado en la creación de empresas multinacionales que divulgaban una ideología corporativa global, sustentada en la privatización y en la desregulación, en una lógica donde la ganancia iba en contra del funcionamiento de la democracia. Por eso se silenciaron los temas relacionados con la cultura de los pueblos.

De ahí que la academia latinoamericana consolide sus estudios sobre concentración de capitales a partir de los procesos de convergencia que se empiezan a hacer evidentes en el campo mediático. Al respecto, identifican los principales medios, sus propietarios, sus vínculos con empresas transnacionales estadounidenses e iberoamericanas. Así, se dan a conocer las siguientes compañías como dueñas de los medios de comunicación en América Latina en el último decenio. Estas son las siguientes:

- compañías extranjeras con fuerte presencia en la región: Prisa y Telefónica. En el caso de la primera, tiene como principal socio estratégico a Albavisión, del mexicano Ángel Remigio González. Esto le garantiza el control de más de 100 emisoras cabeceras (Federación Internacional de Periodistas, 2016, p. 10). Asimismo, está presente en Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Sus actividades se concentran en el área editorial-educacional, la radio, la prensa y el mundo audiovisual. Más allá de la relevancia de marcas como El País, Santillana, Taurus, entre otras, cuenta con 49 cadenas radiales en Latinoamérica (Federación Internacional de Periodistas, 2016, p. 60). Telefónica, por su parte, tiene más del 30 % del mercado latinoamericano de telecomunicaciones a través de marcas como Movistar y Vivo, además de una presencia considerable en la televisión prepago en países como Brasil (22 %), Perú (14 %), Chile (8 %), Colombia (6 %), Venezuela y Centroamérica (6 %). Por otro lado, es accionista del grupo Prisa en un 13 %.
- compañías y grupos mediáticos latinoamericanos: Albavisión (45 canales de televisión, 68 emisoras de radio, 65 salas de proyección cinematográficas, 3 canales de televisión satelital y un medio impreso. Presente en 16 países con fuerte influencia en Centroamérica, Suramérica y el Caribe) (Federación Internacional de

Periodistas, 2016, p. 14). Televisa (uno de los consorcios más grandes de América Latina y con fuerte influencia en el público hispano en Estados Unidos a través de Univisión Communications Inc.) produce y distribuye 26 marcas de televisión paga en México y mantiene su participación mayoritaria en Sky. Cisneros mantiene su participación en DirecTV Latin America y llega a 500 millones de personas de habla hispana y portuguesa (Federación Internacional de Periodistas, 2016, p. 16). Globo es el “[...] único grupo mediático de la región que figura en el *ranking* de los primeros 30 propietarios de medios del mundo” (Federación Internacional de Periodistas, 2016, p. 16). Por su parte, Clarín (dueño de uno de los dos canales de televisión abierta más importantes de Argentina y de estaciones de radio en AM y FM) cotiza en las bolsas de Londres y Buenos Aires, edita el único diario deportivo de Argentina, produce una de las siete señales de noticias, además de eventos deportivos, y obras para canales de televisión y cinematográficas. Controla uno de los mayores sistemas de televisión por cable de América Latina y entró al mundo de las telecomunicaciones a partir de la compra de Nextel Argentina.

- grupos que han permanecido dentro de las fronteras nacionales, pero con marcado dominio de cada uno de los países: Grupo COPESA en Chile y ARDILLA LULLE en Colombia.

La Comunicación para el Desarrollo (C4D) y su relevancia para la comunicación política

Los estudios en torno a la C4D se han concentrado en dos paradigmas fundamentales: el modernizador y el participativo (Barranquero & Ángel, 2015). El primero de estos agrupa los estudios relacionados con el papel de la comunicación en los procesos de desarrollo (Obregón, 2011). Establece que las investigaciones en esta área comenzaron a desarrollarse después de la Segunda Guerra Mundial y se asociaron con la aplicación del Plan Marshall en Europa –aunque su similar para América Latina resultó la Alianza para el Progreso–. El elemento distintivo de este primer paradigma fue la relación establecida entre progreso económico, modernización y comunicación. Se consideraba que los medios y los líderes de opinión podían transmitir los valores asociados a la modernidad, la innovación y el uso de las nuevas tecnologías. De ahí que se privilegiara el uso de las campañas para lograr el cambio de comportamiento sobre la base de un enfoque verticalista y difusionista de la comunicación. Sus principales exponentes –Daniel Lerner y Wilbur Schramm (1967), y Everett Rogers (1983), entre otros– tenían una visión limitada del desarrollo e ignoraban el contexto sociocultural en el que aplicaban sus campañas. Por consiguiente, como apunta Obregón (2011),

la planeación central, el ignorar las prioridades de los participantes de los programas, y la escasa atención a las múltiples dimensiones socioculturales y políticas, entre otros factores,

condujo a que el cierre de la brecha entre países primer y tercermundistas no fuera posible, y se dio pie al surgimiento del paradigma de la dependencia. (p. 3)

Sin embargo, más allá de que desde América Latina Beltrán abogara por la definición e implementación de políticas nacionales de comunicación, a nivel internacional se consolidaban los estudios culturales y se creaba la Comisión McBride que, en poco tiempo, presentaría su inolvidable Informe McBride.

Todo esto hizo que desde la academia se impusiera el segundo paradigma: el participativo. Como indica el nombre, su esencia radica en la implementación de procesos participativos y dialógicos como base para los procesos emancipatorios de los pueblos. De ahí que haya privilegiado las investigaciones relacionadas con la Comunicación, el Desarrollo y el Cambio Social, pero con marcada distancia del modernizador (Barranquero & Ángel, 2015). Autores como Beltrán (2005) y Freire (1970) y, en sentido general, América Latina defienden la idea de un desarrollo menos mecanicista y materialista para concentrarse en visiones mucho más participativas. Por ello, en 1973 Beltrán (2005) presentó una definición de desarrollo que marcó un antes y un después en los estudios al respecto al verlo como

un proceso dirigido de profundo y acelerado cambio sociopolítico que genere transformaciones sustanciales en la economía, la ecología y la cultura de un país, a fin de favorecer el avance moral y material de la mayoría de la población en condiciones de dignidad, justicia y libertad. (p. 15)

La ONU, por su parte, también se ha referido a estos temas y, si bien en 1997 la Asamblea General de las Naciones Unidas acordó formalmente que la C4D «destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses, y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo» (McCall *et al.*, 2011, p. 1), en 2006 –y luego de lo establecido en el Consenso de Roma en el Congreso Mundial sobre Comunicación para el Desarrollo–, decidió definirla como:

un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos. También persigue un cambio de distintas áreas como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo. No tiene que ver con las relaciones públicas o la comunicación corporativa. (McCall *et al.*, 2011, p. 1)

En esencia, la C4D no se apoya en la conquista del poder del Estado para promover el cambio, sino busca la transformación desde abajo, a menos escala y dentro de los propios agentes que lo defienden. Por tanto, cualquier país que esté pensando estratégicamente en su futuro como nación no debe ni puede darse el lujo de obviar la C4D; más bien debe asignarle la mayor cantidad de recursos posibles para que aquello que se quiera cambiar sea el resultado de un proceso de diálogo sin exclusión con el fin de garantizar el desarrollo humano.

De ahí la importancia de que se conozcan los principales actores de la C4D en América Latina. Si bien son múltiples los proyectos que Naciones Unidas tiene en la región, se necesita reconocer que no resulta precisamente la izquierda latinoamericana la vanguardia en esta esfera aunque, como se puntualizó anteriormente, ha tenido grandes avances. Por ejemplo, la Iniciativa de Comunicación: Comunicación y Medios para el Desarrollo de América Latina y el Caribe, y el Consorcio de la Comunicación para el Cambio Social (*Communication for Social Change Consortium*) constituyen, probablemente, las más abarcadoras en materia de C4D en nuestra región. Sin embargo, dentro de sus principales accionistas no se encuentra ningún partido de izquierda, pero sí fundaciones privadas estadounidenses y europeas, además de algunas agencias de la ONU y del Gobierno estadounidense. Se destacan, por su larga tradición en la región, la Fundación Rockefeller, la Kellogg y la Ford; también la *Open Society Foundation* y la USAID, por ejemplo. Desde la izquierda, no obstante, habría que reconocer el trabajo que realiza la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, a pesar de que persisten problemas que limitan el alcance de los movimientos sociales en América Latina; entre estos: el debilitamiento del sindicalismo, el carácter autolimitado de muchos de ellos, sus formas de acción, el ascenso de la derecha ultraconservadora y, junto con esta, la presencia de movimientos sociales conservadores formados «desde arriba».

Pero, ¿cuáles son los desafíos fundamentales para la izquierda y los movimientos sociales latinoamericanos?

Desafíos fundamentales para la izquierda y los movimientos sociales latinoamericanos

Una vez explicados los elementos que –a juicio de esta autora– determinan actualmente el ejercicio de la comunicación política en la región, se consideran entre los desafíos a enfrentar los siguientes:

- Hacer política en una región donde los dueños y principales actores del mercado mediático abogarán por una mayor concentración y, por ende, se limitará la participación de otros actores en la cadena de valor de los productos comunicativos. De esta manera, los limitados avances obtenidos a partir de la adopción de las políticas y leyes de comunicación en varios países pasarán a la historia como un intento más de democratización de los procesos comunicacionales. Por lo tanto, una mayor pluralidad y diversidad de voces

son esenciales para garantizar no solo el acceso de los ciudadanos a la información y la comunicación, sino para que su producción simbólica esté pensada para ciudadanos y no consumidores.

- Ser actor de procesos políticos en un momento en que el viraje regional hacia la derecha y una reapertura económica pueden posibilitar una mayor presencia de los grupos norteamericanos en la región – específicamente de Time-Warner y Viacom, que ya compró la Televisión Federal S. A. (Telefe) a Telefónica, en Argentina, por ejemplo–. Este grupo es líder en la televisión abierta en este país, llega al 95 % de los hogares (Telefe, 2016), cuenta con ocho señales locales –una internacional y un portal de noticias– y se reconoce por su capacidad de producción audiovisual (Federación Internacional de Periodistas, 2016). Esto significaría un retroceso a la década de los años sesenta cuando en América Latina no existían las Políticas Nacionales de Comunicación y era dependiente, económica, tecnológica y simbólicamente de Estados Unidos. Ya no habría necesidad de comprar productos elaborados en el Norte pues se producirían en Suramérica o Centroamérica; pero siempre desde el enfoque norteamericano con el que nos *miran* y nos *entienden*.
- En este sentido, resulta relevante reconocer y apoyar alternativas como Telesur, las acciones concretas de Bolivia y Venezuela en torno al lanzamiento de satélites de comunicaciones, y la consolidación de organizaciones de comunicación como la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI)⁵ y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).⁶ La presencia de un importante movimiento de radios comunitarias, y el uso estratégico de internet y de los medios sociales por parte de los movimientos sociales, podrían contrarrestar la influencia estadounidense en la región. Asimismo, deben implementarse legislaciones que obliguen a los distribuidores a tener en cuenta los intereses nacionales y regionales de programación que se decidan en nuestros países.
- Abogar por la necesidad de regular: los procesos de regulación tienen cardinal relevancia pues, donde no se regule, se pierden espacios y poder. Los dueños de los medios que controlan el mercado quieren más concentración y harán lo posible por obtenerla. Esto resulta significativo, incluso, en materia de seguridad pues si bien ha habido avances en cuanto a la restricción de contenidos en torno al discurso de odio, el único país que ha adoptado una ley al respecto ha sido Venezuela. Por otro lado, se ha autorizado a los proveedores de internet y de telecomunicaciones a que conserven datos de los usuarios (UNESCO, 2019) que podrían utilizarse en contra de ellos mismos.
- Participar en los procesos de C4D: la izquierda tiene que movilizarse y convertirse en el principal actor en materia de C4D, pues en ese espacio de las comunidades se implementan los planes estratégicos para transformar desde abajo. Aquí se destacan los medios comunitarios como vía de socialización y movilización. Actualmente, hay más de diez mil estaciones de radio comunitarias para grupos sociales específicos y sectores

indígenas (UNESCO, 2019, p. 22) que tienen una gran influencia en los procesos de construcción y percepción de la realidad, pues es el medio de mayores índices de confianza en las audiencias (55 % de nivel de aprobación, según la UNESCO, 2019, p. 22). Sin embargo, los grupos religiosos, además de los de poder, constituyen unos de los que más influyen en sus agendas (UNESCO, 2019, p. 33). Por lo tanto, hay que insertarse en las comunidades, trabajar «desde abajo», y hacer uso de la comunicación interpersonal y grupal. No todo puede ni debe dejarse en el ámbito de la comunicación mediática.

CONCLUSIONES

Si bien los desafíos no se limitan a los establecidos anteriormente, sí son los esenciales en los procesos de comunicación política por la diversidad de actores locales, nacionales, regionales y transnacionales que participan del proceso en las condiciones actuales de América Latina, ya sea como agencias, medios, corporaciones y grupos sociales. Por lo tanto, y teniendo en cuenta que en este trabajo se ha considerado el desarrollo a partir de una visión distante de la mecanicista y mucho más enfocada como proceso que favorezca, por encima de todo, la dignidad, justicia y libertad de los pueblos, se hace necesario que la izquierda y los movimientos sociales trabajen en aras de vencer los obstáculos antes descritos. La posibilidad del cambio necesario para la preservación de la especie humana depende de la capacidad que tengan los pueblos y los Gobiernos para definir el futuro y cambiar el patrón de desarrollo que existe hoy.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barranquero Carretero, A. y Ángel, A. (julio-diciembre de 2015). La producción académica sobre Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en las revistas científicas de América Latina. *Signo y Pensamiento*, XXXIV (69), 30-58.
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2008). La compleja faceta del acceso infocomunicacional en América Latina, *Ecos de la comunicación*, 1 (1). Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/32622527.pdf>
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2017a). Concentración y convergencia de medios en América Latina, *Communiquer*, 20, 104-120. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/communiquer/2277>
- Becerra, M. & Mastrini, G. (2017b). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015): nuevos medios y tecnologías, menos actores*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

- Beltrán Salmón, L. R. (2005). "La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo". Buenos Aires: III Congreso Panamericano de la Comunicación.
- Federación Internacional de Periodistas (2016). *La concentración de medios en América Latina: su impacto en el derecho a la comunicación*. Oficina Regional Latinoamérica y Caribe.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del Oprimido*. Recuperado de: <https://www.servicioskoinonia.org/biblioteca/general/FreirePedagogiadelOprimido.pdf>
- González Martín, O. R. & Vázquez Ortiz Y. B. (2020). De Obama a Trump: la comunicación política y la disputa geopolítica por América Latina, *Arthropos*, 254.
- Lerner, D. & Schramm W. (1967). *Communication and change in the developing countries*. Honolulu: East-West Center Press.
- Martín Serrano M. (1989). *Diseños para investigar la producción social de comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_05.pdf, Consultado 01/11/2014
- McCall, E. et al. (2011). *Comunicación para el Desarrollo. Fortaleciendo la Eficacia de las Naciones Unidas*. New York: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- Moldiz Mercado, H. (enero-junio de 2017). Espacialidad y temporalidad en la lucha por la emancipación de América Latina. Desafíos y amenazas. *Cuadernos de Nuestra América*, XXVI (49), 35-62.
- Obregón, R. (2011). Comunicación, desarrollo y cambio social, *Portal de la Comunicación InCom-UAB, el Portal de los Estudios de Comunicación*. Barcelona: Institut de la Comunicación.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. 3th Ed. New York: The Free Press.
- Telefe (2016). *Viacom compra Telefe a Telefónica por US\$345 millones de dólares*. Recuperado de <https://telefe.com/telefe/novedades/viacom-compra-telefe-a-telefonica-por-us-345-millones-de-dolares/>
- UNESCO (2014). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios. Situación regional en América Latina y el Caribe*. Uruguay: UNESCO.
- UNESCO (2016). *Análisis del Desarrollo Mediático en Bolivia Basado en los Indicadores de Desarrollo Mediático de la UNESCO*. La Paz: UNESCO.
- UNESCO (2018). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: 2017-2018, Informe Mundial*. París: UNESCO.
- UNESCO (2019). *Tendencias mundiales en libertad de expresión y desarrollo de los medios: Informe regional 2017-2018 América Latina y el Caribe*. París: UNESCO.

Notas aclaratorias:

- ¹ Este documento recoge un conjunto de estudios regionales realizados entre 2012 y 2017, cuyo resultado final se publicó en diciembre de 2018.
- ² Entiendo la comunicación pública como el proceso de producción, distribución y uso de la información y *el cambio de las sociedades*. Por lo tanto, es básica para “interpretar la manera en que la comunicación [...] interviene en la producción y la reproducción de las sociedades”. Para más detalles ver: Martín Serrano, M. (1989). *Diseños para investigar la producción social de comunicación*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid; p. 80. Recuperado de: http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_048_05.pdf. Consultado 01/11/2014
- ³ Es importante decir que cada una de estas dimensiones que componen las categorías cuenta, asimismo, con un conjunto de indicadores y subindicadores para obtener la mayor cantidad de datos posibles sobre el sistema de medios de un país.
- ⁴ En el resto del mundo, los IDM se han aplicado en Bután, Croacia, Curaçao, Ecuador, Egipto, Gabón, Jordania, Libia, Maldivia, Mongolia, Mozambique, Myanmar, Nepal, Palestina, Sudán del Sur, Timor Oriental y Túnez.
- ⁵ La Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) resulta un organismo de comunicación comprometido con la vigencia plena de los derechos humanos, la igualdad de género y la participación ciudadana en el desarrollo y quehacer público de América Latina. Su accionar se inscribe en la lucha por la democratización de la comunicación, como condición básica de la vida democrática y la justicia social. ALAI tiene por misión formular y desarrollar respuestas a los diversos desafíos que plantea la comunicación, en tanto área estratégica para la acción social. Desde 1977, desarrolla una propuesta alternativa de comunicación que apunta a la conformación de un nuevo tejido comunicacional, democrático, amplio, descentralizado y pluricultural, en sintonía con los procesos de transformación social. ALAI tiene estatus consultivo especial ante la Comisión Económica y Social (ECOSOC) de Naciones Unidas. Es miembro del Consejo Internacional del Foro Social Mundial. Para más detalles consultar su página web: <http://alainet.org/>
- ⁶ La Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) es el referente organizacional, político y comunicacional de un movimiento internacional constituido en torno a las radios comunitarias, ciudadanas y populares. AMARC está reconocida como organismo no gubernamental internacional (ONGI), de carácter laico y sin fines de lucro. La misión de AMARC es promover la democratización de las comunicaciones para favorecer la libertad de expresión y contribuir al desarrollo equitativo y sostenible de nuestros pueblos. En América Latina y el Caribe, la asociación fue fundada en 1990. Hoy, AMARC ALC cuenta con más de 500 asociadas y 1500 se suman a través de sus redes nacionales. Asimismo, tiene representación en los Países Andinos, Centroamérica, Cono Sur, México, Brasil y Caribe. <https://www.amarcalc.org/>

Conflicto de intereses

La autora declara que no existe conflicto de intereses