

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

A Jorge Alonso, R de Frutos García, E Galarza Fernández (2015): “La comunicación en los procesos de cambio social en América Latina: Bolivia, Argentina, Ecuador y Venezuela”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 1 a 13.  
[http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1031\\_UMA/01es.html](http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1031_UMA/01es.html)  
DOI: [10.4185/RLCS-2015-1031](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1031)

# La comunicación en los procesos de cambio social en América Latina: Bolivia, Argentina, Ecuador y Venezuela

## Communication in the Process of Social Change in Latin America: Bolivia, Argentina, Ecuador and Venezuela

A Jorge Alonso [[CV](#)] [ORCID] [GS] Universidad de Málaga, (UMA) España – [aja@uma.es](mailto:aja@uma.es)

R de Frutos García [[CV](#)] [ORCID] [GS] Universidad de Málaga, (UMA) España – [ruth.defrutos@uma.es](mailto:ruth.defrutos@uma.es)

E Galarza Fernández [[CV](#)] [ORCID] [GS] Universidad de Málaga, (UMA) España – [meligalarza@gmail.com](mailto:meligalarza@gmail.com)

### Abstracts

[ES] **Presentación y metodología de la investigación.** En esta investigación se han analizado cuatro casos de procesos de cambio social en América Latina, prestando especial atención a la relación entre medios, democracia y poder. Se ha elegido una muestra de países que, por sus características específicas, representan distintos modelos de democratización de la comunicación: Bolivia, Argentina, Ecuador y Venezuela. **Resultados.** Se han observado resultados similares entre los procesos de cambio social vinculados a la comunicación en América Latina, identificando algunas diferencias que tienen que ver con características propias de cada sistema mediático debido a la diversidad de los procesos y las estructuras socioeconómicas. **Conclusiones.** Los resultados del trabajo ponen de manifiesto un imaginario colectivo basado en la democratización de la comunicación y el reto de la consecución de una verdadera pluralidad de voces en los escenarios comunicacionales que favorezca un cambio social a medio y largo plazo.

[EN] **Research introduction and methodology.** In this research, four cases of social change processes in Latin America have been analyzed, paying special attention to the relationship between media, democracy and power. A selection of countries has been chosen because of their specific characteristics, as they represent different models of communication democratization: Bolivia, Argentina, Ecuador and Venezuela. **Results.** Similar results have been observed in the social change

processes, bound to communication in Latin America, while identifying some differences related to the particular characteristics of each media system owing to the diversity of social and economic processes and structures. **Conclusions.** The research results reveal a social imaginary based on the democratization of communication and, on the other hand, on the achievement of a true diversity of voices on media scenarios, which may favor a social change in the medium and long term.

### Keywords

[ES] Comunicación; Cambio social; América Latina; democratización.

[EN] Communication; Social Change; Latin America; Democratization.

### Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Cuestiones metodológicas. 3. Medios y poder político en América Latina. Procesos de concentración mediática y estrategia de las políticas públicas. 3.1. Bolivia. 3.2. Argentina. 3.3. Ecuador. 3.4. Venezuela. 4. Discusión y conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

[EN] 1 Introduction. Methodological issues. 3 Media and political power in Latin America. Processes of media concentration and public policy strategy. 3.1. Bolivia. 3.2. Argentina. 3.3. Ecuador. 3.4. Venezuela. 4 Discussion and conclusions. 8 References.

Traducción realizada por Lic. en Filología Inglesa **Margarita Jorge Alonso**

## 1. Introducción

El inicio del siglo XXI (y en algunos casos el fin del siglo XX) ha supuesto la entrada en el escenario político latinoamericano de un conjunto de gobiernos vinculados a propuestas desde la izquierda. Si bien es verdad que alejadas en muchos casos de lo que podríamos considerar “una izquierda tradicional” y muy diferentes entre sí. A pesar de las diferencias, hay elementos en común de carácter sustancial que nos permiten abordar estas realidades de manera global. Los países seleccionados en esta ocasión son en los que de manera más evidente se ha producido el enfrentamiento con las empresas de comunicación, pero podríamos incorporar en este grupo a Brasil, Uruguay, Paraguay...

En principio es necesario contextualizar el discurso sobre medios y cambio social en la propia historia reciente de América Latina (Zallo 2014, 2009, Bustamante 2008). Y esto es así, cuanto que la familiaridad con lo acaecido en esta región puede estar condicionada por la lengua. Las razones culturales e históricas, pero también las relaciones entre los españoles y los diversos pueblos latinoamericanos, avivadas por los continuos flujos migratorios e incluso las relaciones económico-empresariales, propician un mayor interés e información en España que en otros países europeos (Díaz Nosty y Beaumont, 2010; Vidal Beneyto, 2008).

La evolución política de los últimos años de diversos países latinoamericanos guarda numerosas similitudes que se insertan en un mismo contexto de búsqueda de alternativas a las políticas neoliberales impuestas por los organismos internacionales (FMI; OCM, BM principalmente) durante la década de los ochenta de siglo pasado.

Latinoamérica se ha visto marcada en su desarrollo histórico por el intervencionismo de los Estados Unidos y su apoyo a sucesivos gobiernos dictatoriales, en la mayoría de los casos de carácter militar. A comienzos del siglo XX, coincidiendo con una fase de expansionismo imperialista de EE.UU, se

revitaliza la doctrina Monroe por el presidente Theodore Roosevelt que formula el Corolario de 1904 (Corolario Roosevelt) para la interpretación de la misma. Lo que se denominaría la política del Gran Garrote o *Big Stick*, en defensa de los intereses económicos norteamericanos. La lógica del “patio trasero”, derivada de la conocida como “doctrina Monroe”, jalona, como consecuencia, la historia de América Latina de intervenciones armadas norteamericanas, invasiones, apoyo a golpes de estado, intervenciones encubiertas de la CIA, formación de cuadros militares y policiales en la conocida como “Escuela de la Américas”, y un sin número de acciones de carácter político, económico y simbólico que han pretendido y conseguido subordinar las políticas de los diferentes estados al sur del Río Grande a los intereses políticos y económicos de los EE.UU., especialmente de sus grandes corporaciones.

Esta realidad se agudiza después de la II Guerra Mundial, y como instrumento visible preferente para vehicular el control político de los EE.UU. sobre la región, se crea la OEA en 1948. La defensa de los intereses económicos estadounidenses lleva a sus sucesivos Estados a oponerse no solo a alternativas de gobiernos de izquierda, sino a los meramente nacionalistas y preferir, en muchos casos, la interlocución con dictaduras militares. La aplicación de políticas neoliberales, incluso por los gobiernos democráticos surgidos después de la desaparición de las dictaduras militares, y el pago de la deuda externa, creada por estos gobiernos militares, abocó a un encadenado de situaciones de emergencia social y de respuesta de la mayoría de los pueblos latinoamericanos en las décadas de los ochenta y noventa del s. XX. Esta respuesta, articulada en torno a viejos movimientos como el obrero, en conjunción de los nuevos movimientos sociales, provocó la caída de numerosos gobiernos de la nueva etapa democrática y cristalizó en opciones políticas que se caracterizaban por programas políticos que incorporaban entre sus propuestas la renacionalización de los recursos naturales y una atención preferente a las políticas sociales. Todo ello en el marco de un discurso de fortalecimiento de las estructuras del estado frente a los mercados, basado en la legitimidad democrática del poder político.

Las llegadas al poder en 1998 de Hugo Chávez en Venezuela, en 2006 de Evo Morales y Rafael Correa, fueron seguidas de procesos constituyentes. Las nuevas Constituciones expresaban una voluntad de cambio con los gobiernos anteriores y todas ellas, aunque en mayor medida la ecuatoriana, reseñaban los derechos de comunicación de la ciudadanía como una ampliación del clásico derecho de libertad de expresión.

El caso argentino se diferencia formalmente en la ausencia de un proceso constituyente, pues la Constitución Argentina data de 1853 y ha sido sucesivamente reformada, siendo 1994 la última vez. Sin embargo, la llegada al poder de Néstor Kirchner en 2003 puede ser incluida como parte de este bloque de cambio pues el eje de su política económica fueron la renacionalización de empresas antes privatizadas y las políticas sociales, con el objeto de salvar a grandes segmentos de la población de la exclusión y dinamizar la economía de esta forma. Estas políticas fueron continuadas por la presidenta Cristina Fernández que accede al poder en 2007. Los resultados parecen satisfactorios a la luz de los datos del Banco Mundial, que confirman que la clase media en Argentina paso de poco más de 9 millones en 2003 a casi 19 en 2009.

## 2. Cuestiones metodológicas

En la metodología de carácter cualitativo usada en el presente estudio se ha utilizado el derecho comparado, método ligado preferentemente al ámbito de las investigaciones jurídicas, aplicado a las legislaciones sobre comunicación de Bolivia, Argentina, Ecuador y Venezuela. Asimismo, se ha

recurrido a técnicas historiográficas como la consulta de fuentes primarias, en lo tocante al discurso normativo de los estados objeto de estudio y a otros documentos de carácter multinacional. También se ha realizado una revisión hemerográfica y bibliográfica de los estudios que han profundizado en la subregión latinoamericana.

El análisis de la evolución legislativa planteada en los cuatro casos propuestos ha contado, pues, con el auxilio combinado de herramientas historiográficas, del derecho comparado (VV.AA. 2004; Malmstrom, 1976), así como del análisis crítico del discursos (ACD) (Forero y Hurtado Pardo, 2013; Van Dijk, 2010, 2008), con el objeto de abordar el conjunto de los discursos tanto normativos como mediáticos desde una perspectiva crítica avalada por la comunidad científica.

En este sentido, se ha realizado un prolijo trabajo de identificación de las distintas fases y actores participantes en cada uno de los procesos de cambio social de nuestros estudios de caso en América Latina ligados a la comunicación.

### **3. Medios y poder político en América Latina. Procesos de concentración mediática y estrategia de las políticas públicas**

La acertada metáfora en la que se comparaba al capitalismo con un coche y se afirmaba que la producción de mensajes, la comunicación de masas, había pasado de ser las luces a convertirse en el motor, usada en los debates sobre comunicación del I Foro Social Mundial celebrado en 2001 en la ciudad brasileña de Porto Alegre, situaba a las empresas de comunicación en el núcleo del capitalismo. La doble dimensión de rentabilidad económica y creación de hegemonía convertían a la comunicación en uno de los sectores estratégicos de esta nueva fase del capitalismo y al mensaje como una de las más valiosas mercancías. Los procesos de integración y concentración han dado como resultado la creación de grandes conglomerados que sitúan los derechos ciudadanos vinculados a la comunicación en manos de grandes corporaciones (Díaz Nosty, 2013; Arsenault y Castells, 2008). La posible independencia de los medios quedaba de esta forma aún más socavada por intereses ajenos, mayoritariamente los del sector financiero.

El grupo PRISA es, quizá, el ejemplo en el ámbito hispano más acabado de este proceso. Aunque pudiéramos hablar del Grupo Globo en Brasil, de Televisa en México, del Grupo Clarín en Argentina y Cisneros en Venezuela, los otros cuatro grandes grupos mediáticos latinoamericanos, la mayor internacionalización de PRISA y su dimensión de puente entre Europa y América Latina nos ayuda a visualizar mejor las estrategias empresariales y su reflejo en el relato informativo de forma global (Llorente y Cuenca: 2013). Las derivas económico financieras que han provocado la entrada en su accionariado del fondo de capital-riesgo Liberty y de las entidades financieras CaixaBank, Santander y HSBC han vinculado fuertemente al grupo, reflejado claramente en su consejo de administración, al sector financiero y a la economía especulativa. Y esto ha tenido su reflejo en el tratamiento de la información, más allá de los posicionamientos editoriales de los medios del grupo.

Los procesos de cambio, brevemente descritos con anterioridad, han fijado también su interés en los sistemas mediáticos y en la necesidad de hacer frente a sus discursos con el propósito explícito de construir una nueva hegemonía. Tal como afirma Dênis de Morães, uno de los desafíos centrales para todo pensamiento contra-hegemónico es hacer comprensible socialmente las necesidades de cambio, que él define como “gradual y permanente” de las relaciones sociales y del poder (Morães 2011). Los gobiernos que están encabezando estos procesos de cambio social están actuando en este

sentido, no solo con la creación de medios públicos sino también con la regulación de nuevos marcos normativos.

La falta de pluralidad de los escenarios mediáticos latinoamericanos y la tendenciosa equiparación de la libertad de empresa a la libertad de expresión por parte de las corporaciones han dibujado un escenario de confrontación que ha tenido un eco claro en los medios (Martín Becerra 2014). En el caso del Grupo PRISA, que se ha visto afectado no solo en lo referente a los medios del grupo sino también y de manera significativa en su actividad editorial, especialmente Santillana, la dedicada a libros de texto, la agresividad mostrada en la información que atañe a gobiernos como el venezolano y el argentino ha contribuido sensiblemente a menoscabar la imagen de independencia de los medios del Grupo, especialmente del diario *El País*.

La denuncia del peligro que entrañaban estos procesos de concentración, la necesidad de democratizar la comunicación y de incorporarla a los derechos fundamentales, tanto individuales como sociales, no es algo nuevo. El NOMIC, como propuesta en el Informe McBride, recogía hace más de 30 años estas premisas como base ineludible para la democratización y el desarrollo de los distintos países del mundo. Lo verdaderamente novedoso es que tuviera eco en las políticas públicas. El Informe McBride es publicado un año después del ascenso de Margaret Thatcher al poder y el año antes de que Ronald Reagan se convirtiera en presidente de los EE.UU. La implantación de políticas ultraliberales, especialmente en América Latina que trajeron aparejados procesos de privatización y desregulación, facilitaron la creación de estas grandes corporaciones para “el control de las conciencias” en palabras de Yves Eudes.

La necesidad de incrementar el pluralismo informativo como respuesta directa de los procesos de concentración se hace imprescindible, pues, en todos los procesos de democratización que han tenido lugar en los últimos años en América Latina. La conformación de nuevas reglas del juego, para este grupo de estados, pretende incorporar los derechos sociales, económicos y culturales como parte de este proceso. Las demandas de movimientos y organizaciones sociales han confluído con la voluntad de los gobiernos de iniciar procesos legislativos que atiendan esta necesidad de abrir espacios a discursos antagonistas, fragmentarios o totalizadores, que permitan dimensionar lo que de práctica social poseen.

Es la caracterización del discurso como una práctica social, y no como un mero producto, con capacidad de propiciar, acompañar y consolidar los procesos de cambio social donde se ha incidido fundamentalmente desde las organizaciones sociales a la hora de demandar la apertura de los espacios comunicativos, pero no se puede olvidar que han sido los gobiernos los que han puesto en marcha las iniciativas legislativas que puedan permitir esta apertura. Ello ha significado el enfrentamiento directo con las corporaciones mediáticas, que han pasado a ocupar posiciones de beligerancia contra los gobiernos, que las han situado, no ya como portavoces de las fuerzas de oposición política, sino en verdaderas dinamizadoras, cuando no, en creadoras, de ésta.

El V Encuentro Mundial de Intelectuales y Artistas por la Humanidad, celebrado en Cochabamba en mayo de 2007, situó el centro del debate en el papel de los medios y la formulación de los derechos de comunicación como derechos humanos fundamentales.

La Declaración de Cochabamba, acorde a este planteamiento, se inicia con un párrafo que constituye un diagnóstico y una apuesta decidida de incorporación de la comunicación a las estrategias de cambio social.

“En la transición desde las resistencias frente al neoliberalismo a las ofensivas contra ese modelo, el papel de los medios es trascendental. Por ello, hoy más que nunca nos manifestamos contra el poder sin control, no democrático e impune de los grandes medios de comunicación que intentan imponer su visión de la realidad y sus valores. Estos oligopolios sirven a intereses económicos y políticos de accionistas, financieros y anunciantes”.

Una vez más en Cochabamba, la Declaración de la VII Cumbre del ALBA-TCP reunida el 17 de octubre de 2009 vuelve a tomar en uno de sus puntos la cuestión, afirmando:

“Los medios de comunicación tienen que desarrollar su actividad social con responsabilidad, sentido ético y de servicio público para todos los ciudadanos, y no ser instrumentos de los intereses sectarios de algunas minorías, ni ser utilizados como instrumentos de desinformación y desestabilización política”.

La presencia en Latinoamérica de una línea fuerte de pensamiento, desde hace décadas, en el ámbito académico, en torno a la democratización de la comunicación ha encontrado eco en numerosas prácticas sociales que han ido articulando un conjunto de experiencias y organizaciones que han dinamizado estos procesos (Martín Barbero, 1999). La ampliación de lo público no solo a lo estatal, sino al ámbito de lo social, ha sido una de sus aportaciones teóricas pero también prácticas más productivas. Esto ha tenido sus consecuencias, en las políticas públicas acometidas, con destacada presencia en los marcos reguladores (Ramos y Sierra, 2014).

Frente a posicionamientos de este tipo, las empresas de prensa latinoamericana también toman posiciones y formulan un Comunicado suscrito-publicado, el 20 de agosto de 2009, por la Asociación Nacional de la Prensa de Chile, el Consejo de la Prensa Peruana, la Asociación de Diarios Colombianos, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentina, la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos, la Associação Nacional de Jornais de Brasil y la Asociación Nacional de la Prensa de Bolivia. El comunicado que lleva por título: “Sostenido deterioro de la libertad de expresión en la región” afirma que la regulación del estado de cualquier aspecto relacionado con la comunicación y que pueda afectar a la libertad de empresa constituye un atentado directo contra la libertad de expresión.

A este conglomerado de asociaciones de empresas de prensa se unen estructuras estables creadas desde los medios de comunicación. Entre éstas destaca la Sociedad Interamericana de Imprenta (SIP), que reúne a más 1300 publicaciones de más de 30 países. Creada en La Habana en 1943. Ha desarrollado un papel fundamental, primero en el apoyo a las dictaduras y acoso a los gobiernos progresistas, y de boicoteo sistemático, sobre todo desde los editoriales, a los gobiernos que propugnan un cambio social en América Latina en la actualidad, enarbolando la bandera de la libertad de expresión en contra de la regulación. El que fuera presidente de la Federación de Periodistas de Ecuador, Alberto Maldonado, acusó de connivencia, en una estrategia conjunta de desacreditación de los intentos de cambio social a la SIP, Reporteros Sin Fronteras, el Grupo de Diarios de América y a una serie de organizaciones financiadas por la Embajadas de los EE. UU.

El reto de democratizar el espacio público, también el mediático, se enfrenta pues a la oposición frontal de las empresas de comunicación y la entrada en escena de la digitalización no ha redundado en procesos democratizadores.

Como afirma el actual director del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), Francisco Sierra (2013), la digitalización ha conllevado además de un mayor acceso a la tecnología de capas cada vez más amplias de la sociedad, la multiplicidad de canales, de servicios, de productos... Esta realidad, unida a la concurrencia de medios, ha propiciado aún más la concentración de éstos en cada vez menos manos (Bolaño, 2013; Prince, Abbott y Morgan, 2011; UNESCO 2008). Además debemos considerar también el hecho de que en el marco de la globalización económica la producción de contenidos se ha internacionalizado y en gran medida homogeneizado (Díaz Nosty 2013).

Y en este contexto de globalización, con economías de escala, la reducción de costes ha propiciado el crecimiento de los beneficios y su reinversión en nuevas empresas que han hecho crecer las corporaciones y la interrelación con otros sectores, especialmente el financiero, con el sector mediático. Este contexto ha propiciado una mayor presencia de las multinacionales, no solo el grupo PRISA, también de Time Warner, Viacom, Disney, Bertelsmann. A su vez el incremento del peso de las grandes corporaciones ha favorecido las prácticas monopolísticas, que en el discurso mediático, especialmente el informativo, ha tenido su correlato en la imposibilidad *de facto* de encontrar canales para un discurso no ya antagonista, sino tan solo alternativo.

Todo este proceso ha concentrado en las mismas manos las diversas etapas del proceso de producción, tratamiento, distribución y difusión de los mensajes. Pero incluso desde la propia lógica del supuesto mercado libre, estas dinámicas han acarreado la eliminación de las pequeñas empresas o su reducción a proveedoras de servicios subcontratados, fundamentalmente para la adaptación de contenidos a los contextos locales, y por tanto han cerrado el mercado a la entrada de competidores en beneficio de un grupo de oligopolios reducidos.

La articulación del discurso dominante en torno a la premisa que convierte los servicios públicos en mercancías y desplaza el espacio de lo político al mercado, confronta de manera falaz la libertad, evidentemente de las élites, con el principio de igualdad, y usurpa el discurso de defensa de la ciudadanía frente a la legítima representación democrática cuando ésta prioriza los intereses de las mayorías sociales frente a los de las grandes corporaciones. Sin ignorar el papel decisivo que tiene los EE.UU. a través de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en la articulación, justificación y difusión internacional de este discurso (Kingstone, Young y Aubrey, 2013).

El imaginario social se ha intentado construir desde la hegemonía de la ideología de las élites pero la llegada de los nuevos gobiernos de la izquierda latinoamericana han supuesto la primera ruptura con este discurso dominante (Bolaño, Meire de Jesús y Argão Santos, 2010). A manera de ejemplo podríamos mencionar la distorsión que significó que todos los medios bolivianos afirmarían la pérdida de confianza de la ciudadanía boliviana en Evo Morales, de cara a la celebración del referéndum revocatorio en su primer mandato y que este discurso uniforme (de analistas, *manejadores* de sondeos, editorialistas...) fuera desmentido por una victoria contundente del 67,4% de los votos emitidos (Anria, 2013).

### 3.1. Bolivia

La llegada de Evo Morales al poder articula uno de los cambios simbólicos más importantes producidos en los últimos años. La ostentación de la presidencia por un indígena, en una sociedad donde los espacios públicos han estado negados tradicionalmente los pueblos originarios, confiere

centralidad en el nuevo discurso de cambio a la multiculturalidad y la lucha contra el racismo (Rovira Kaltwasser, 2014). El hincapié del gobierno se centra en la necesidad ineludible de marcar estrategias públicas comunicativas para garantizar este cambio cultural.

Esto es así porque el panorama boliviano difiere fundamentalmente en un aspecto. La propia escala de la economía boliviana, que hace que el tamaño de los grupos mediáticos sea mucho más pequeño y el panorama mucho más atomizado. El gobierno aún no se ha planteado el establecimiento de un marco regulador porque en el plano legislativo, las normas referidas a comunicación están dispersas en un conjunto de decretos y leyes en los que la Comunicación se aborda de forma tangencial.

Con respecto, pues, a la dimensión reguladora diremos que es la Constitución de 2009, en su capítulo VII dedicado a la Comunicación Social donde se formula un marco que hasta el momento no ha tenido desarrollo posterior. El capítulo 106 se dedica a la libertad de expresión pero en el 107 se marca la orientación clara de por donde deberían ir tanto las políticas públicas como una posible ley.

“III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.

IV. El Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades” (Constitución Boliviana, 2009).

Por otra parte, la mayor atomización del espacio mediático no ha propiciado la multiplicidad de voces, pues todos los medios se encuentran alineados en posturas ideológicas similares, tal como comentamos con anterioridad en el ejemplo del referéndum.

El estado ha creado tres medios Bolivia Tv, la radio Patria Nueva y el periódico Cambio, así como una agencia pública de noticias. Las acusaciones de falta de independencia y *gubernamentalismo* han sido continuas, aunque la presencia de los medios públicos sea aún poco relevante. Los medios comunitarios que en Bolivia fueron pioneros y que en su inicio estaban fuertemente ligados al movimiento obrero a través de las famosas Radios mineras pero hoy prácticamente han desaparecido, manteniendo unas cuotas exiguas de audiencia (Ramos Martín y Badillo Matos, 2013).

La multiplicidad de canales muestra, de forma aún más evidente, una ausencia clamorosa en el panorama boliviano de producción propia de contenidos. Este constituye uno de los lastres que dificultan la democratización de los espacios públicos, especialmente el del espacio comunicativo

### 3.2. Argentina

La Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual es aprobada en Argentina en 2009. Está Ley deroga la hasta entonces vigente Ley de Radiodifusión 22.285, promulgada en 1980 por la dictadura militar. Esto supuso el fin tanto de las políticas de comunicación de la dictadura militar, vigentes aún a través de la permanencia de marco regulador, como el de las reformas neoliberales posteriores y que habían ayudado a la creación de oligopolios mediáticos y un desarrollo transnacionalizado de la comunicación.

La norma se plantea, tanto desde la intencionalidad legislativa, como desde el propio articulado como un marco que permita el avance de la democratización y descentralización de las comunicaciones. Supone una diversificación de la oferta y la necesidad de la participación social en los contenidos. Las más de 300 organizaciones que participaron en la Coalición para una



Radiodifusión Democrática y la articulación de 24 foros participativos constituyeron un impulso decisivo para llegar a la promulgación de esta ley, pero no cabe duda que fue el gobierno de Cristina Fernández quien situó en la agenda y el debate público el problema que para la democratización de Argentina suponía la concentración de los medios en cuatro aspectos: primero se declara la incompatibilidad de las empresas telefónicas con la operación del sistema de medios (Garibotto, 2014). También se destaca una apuesta por el servicio público –con la creación de RTA– con sus sociedades Canal 7, R. Nacional y sus emisoras descentralizadas. En tercer lugar se definen unos límites a la concentración, en el caso del cable, en forma cruzada con otras propiedades, se crea una *autoridad de aplicación* para el control, de notable influencia gubernamental y, asimismo, una Autoridad Federal de Servicio de Comunicación Audiovisual.

Y por último, y en lo que respecta a los contenidos, se establece unos mínimos porcentajes de producción propia y contenidos nacionales en todo el sistema y la obligatoriedad de informativos nacionales o locales. Igualmente se impulsa el cine mediante un porcentaje de facturación y de compra de derechos de emisión de películas argentinas, y la reserva de un tercio del espectro para los medios comunitarios y sin ánimo de lucro, aunque cuatro años después aún está pendiente el Plan Técnico que lo viabilice y solo se aplica parcialmente.

Ha habido problemas, así que el entusiasmo inicial se ha convertido en una cierta decepción, especialmente por los retrasos en la puesta en marcha (implementación de un abono social para el cable, los límites a los tiempos publicitarios y a la producción de contenidos, la cuota mínima de pantalla al cine nacional en tanto no hay un registro de cumplimientos, retrasos en concursos, etc.), el exceso el “gubernamentalismo” u oficialismo de los medios públicos, con transparencia limitada, o la suspensión cautelar de cuatro artículos sustanciales, los relativos a los límites de las licencias, que fueron recurridos por Clarín y posteriormente desestimados por los tribunales.

Todo esto se ha producido en el contexto de un fuerte enfrentamiento con los medios privados, especialmente con el dominante Grupo Clarín, pero también el grupo PRISA y la CNN en español. Clarín, que ha sido usado de connivencia con diversos poderes fácticos y oligárquicos, tanto por su apoyo en el pasado a la dictadura militar, como por su papel en los sucesos vinculados a las movilizaciones, que entre otras provocaron la caída del gobierno de De la Rúa, en los primeros años del siglo XXI, especialmente en el caso del asesinato de Kosteki y Santillán.

### 3.3. Ecuador

En el caso de Ecuador, la Ley Orgánica de Comunicación, de 2013 establece el servicio universal de RTV e internet (art 35) y un decidido apoyo al servicio público. Establece en su art. 15 una fuerte política de cuotas (60% de la programación diaria se destinará a la difusión de contenidos de producción nacional, incluyendo un 10 % de producción nacional independiente). La música nacional deberá representar el 50 % del contenido de la programación musical. Se establece, asimismo, una reserva de hasta un 5% de programación de contenidos para los pueblos indígenas en su Artículo 36.

Busca una distribución equitativa de las frecuencias radioeléctricas y establece que las frecuencias de radio y televisión se distribuirán un 33 por ciento para medios públicos, 33 por ciento para medios privados, y 34 por ciento para medios comunitarios. Establece límites a la concentración cruzada: no más de una concesión de frecuencia de radio en OM, de radio en FM y una frecuencia de televisión a

una misma persona natural o jurídica en todo el territorio nacional. Un solo productor no podrá concentrar más del 25% de la cuota horaria.

Estas medidas han agitado enormemente el espacio mediático ecuatoriano, caracterizado por la prevalencia de medios ligados a un grupo reducido de familias pertenecientes a la oligarquía y con una penetración creciente en los últimos años del grupo PRISA a través de las franquicias de Prisa Radio y la extensión de radio caracol. Ante la debacle de los partidos políticos de la oposición los medios vuelven a convertirse una vez más en los verdaderos agentes políticos en contra de la acción del gobierno.

### **3.4. Venezuela**

Quizá el caso más paradigmático del enfrentamiento entre los medios de comunicación privados y el gobierno haya sido el venezolano. Este enfrentamiento ha desbordado los límites del territorio venezolano y ha implicado al conjunto de las corporaciones mediáticas latinoamericanas y aquellas que como el grupo PRISA, tiene intereses en América Latina.

La satanización del presidente Chávez, primero, y la de su sucesor, el actual presidente Maduro, es destacable no solo por la intensidad del odio manifestado, descalificaciones, insultos...incluido el ejemplo que dejó en evidencia la ausencia de contrastación de fuentes en la falsa fotografía en el hospital, sino por la persistencia. Desde la llegada de Chávez al poder los enfrentamientos han sido continuos manteniendo inalterables los niveles de virulencia.

El debate legislativo, sin embargo, no se ha cerrado. La aprobación por el parlamento venezolano del proyecto de Ley de Comunicación Popular en noviembre de 2011 marcó el inicio de un debate no solo legislativo, sino también social, que sin embargo parece congelado y sin fecha de cierre. A pesar de ello, el Consejo Nacional de la Comunicación popular, en el que están representados todos los medios comunitarios, ha realizado aportaciones y enmiendas, continuando con el debate durante este año 2013. Alguno de los artículos del proyecto ha supuesto un serio enfrentamiento con las empresas de comunicación, especialmente con la corporación brasileña Globo (Bentes, 2013).

A pesar de la ausencia de un marco regulador, el gobierno venezolano ha sido uno de los más activos de la región a la hora de la creación medios públicos (Frajman, 2014). El conglomerado de medios integrados en el actualmente denominado Sistema Bolivariano de Comunicación e Información que incluso tiene su reflejo internacional en el canal Telesur, ha supuesto la actuación más visible y la más importante, con diferencia, de las políticas públicas de comunicación venezolanas.

El papel de liderazgo de Venezuela en la coordinación de los gobiernos que propugnan un cambio social para abordar de forma conjunta diferentes cuestiones políticas, económicas y sociales, entre otra la ofensiva contra los oligopolios de la comunicación de la región, es quizá la razón última de la campaña mediática internacional contra Hugo Chávez, que no cesa aún después de muerto.

### **4. Discusión y conclusiones**

La reconstrucción de los espacios públicos en América Latina se hace imprescindible después de décadas de neoliberalismo que profundizaron el sometimiento a los intereses económicos estadounidenses, ampliaron la brecha de las desigualdades y sometieron a un verdadero expolio a la

región, a través de las masivas privatizaciones y la creciente concentración mediática se convierte en una tarea ineludible para la consolidación democrática.

Este reto depende en gran medida de la consecución de una verdadera pluralidad de voces en los escenarios comunicacionales que favorezca un cambio social a medio y largo plazo. Un cambio social, basado en un cambio cultural, que permita la creación de nuevas hegemonías.

El Estado debería convertirse, pues, en garante de la neutralidad de estos espacios públicos garantizando las condiciones materiales del acceso a toda la ciudadanía y los diversos grupos sociales. Esto conlleva en el ámbito comunicativo legislar para permitir un reparto entre los tres actores fundamentales: el estado, el sector privado y la denominada como sociedad civil. También debe garantizar que estas medidas legislativas se inserten en un debate público plural y democrático, que propicie la creación de un nuevo bloque social que impulse y consolide este tipo de políticas.

\* Esta investigación ha sido desarrollada en el marco del proyecto del Plan Nacional de I+D+i, del Ministerio de Economía y Competitividad (España), “[El sistema de investigación en España sobre prácticas sociales de Comunicación. Mapa de Proyectos, Grupos, Líneas, Objetos de estudio y Métodos](#)” (MapCom)” ([2013-47933-C4-3-P](#)), cuyo IP es el profesor Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga).

Fechas:

- inicio de la investigación: 2013
- término de la investigación: 2014

## 5. Referencias bibliográficas

S Anria (2013): “Social Movements, Party Organization, and Populism: Insights from the Bolivian MAS” en *Latin American Politics and Society*, vol. 55, 3, páginas 19–46.

A Arsenault y M. Castells (2008): “The Structure and Dynamics of Global Multi-media Business Networks” en *International Journal of Communication*, vol. 2, páginas 707-748.

Banco Mundial (2009): *Informe anual del Banco Mundial 2009*. Washington DC: Banco Mundial.

M Becerra (2014): “Medios de comunicación: América Latina a contramano” en *Nueva Sociedad*, nº 249, enero-febrero, páginas 61 a 74.

I Bentes (2013): “Collaborative Networks and the Productive Precariat” en *Journal of Latin American Cultural Studies: Travesía*, vol. 22, 1, páginas 27-40.

C Bolaño (2013): *Industria cultural, información y capitalismo*. Barcelona: Gedisa.

C Bolaño S. Meire de Jesus, V. Aragão Santos (2010): *Comunicación, educación y movimientos sociales en América Latina*. Brasilia: Casa das Musas.

E Bustamante (2008): “La batalla de la comunicación” en *Le Monde Diplomatique*.

E Frajman (2014): “Broadcasting Populist Leadership: Hugo Chávez and Aló Presidente” en *Journal of Latin American Studies*, vol. 46, 3, páginas 501-526.

J Fornero y D Hurtado (2013): “ACD: una propuesta para el análisis de política pública de género” en *Discurso & Sociedad*, vol. 7, 2, páginas 266-289.

D de Morães (2011): *Voces Abertas da América Latina. Estado, políticas públicas e democratização da comunicação*. Rio de Janeiro. Mauad X y Faperi.

B Díaz Nosty (2013): *La prensa en el nuevo ecosistema informativo, ¡Que paren las rotativas!*, Madrid: Fundación Telefónica.

B Díaz Nosty y J Fernández Beaumont (Eds.) (2010): *Comunicación, convergencia e integración en América Latina*, Valencia: Fundación del Área Mediterránea Latinoamericana.

V Garibotto (2014): “Referencia anterior Staging Politics and Activism in the Kirchner Era: Documentary and Fiction in El estudiante” en *Journal of Latin American Cultural Studies*, vol. 23, 2, páginas 115-132.

P Kingstone, JK. Young, R Aubrey, (2013): “Resistance to Privatization: Why Protest Movements Succeed and Fail in Latin America” en *Latin American Politics and Society*, vol. 55, 3, páginas 93-116.

JA Llorente y E. Cuenca (2013): *Panorama audiovisual en América latina Concentración y renovación tecnológica*.

[http://www.dmasilllorenteycuenca.com/publico/130808\\_informe\\_especial\\_region\\_latam.pdf](http://www.dmasilllorenteycuenca.com/publico/130808_informe_especial_region_latam.pdf). Accessed 23 september 2014.

J Martín Barbero, (1999): “Globalización y multiculturalidad: Notas para una agenda de investigación” en *Ensayo y error*, nº3. Bogotá.

ME Prince, S. Abbott y L Morgan (2011), *Measures of Press Freedom and Media contributions to development. Evaluating the evaluators*. Nueva York: Peter Lang Publishing.

I Ramos y F Sierra (2014): “Economía política y políticas democráticas de comunicación en América Latina” en *Íconos: Revista en Ciencias Sociales*, nº 49.

J Ramos Martín y A Badillo Matos (2013): “Public Policy and Community Radio in Bolivia” en *Journal of Radio & Audio Media*, vol. 20, 2, páginas 251-272.

C Rovira Kaltwasser (2014): “Explaining the Rise of Ethnic Politics in Contemporary Latin America” en *Latin American Politics and Society*, vol. 56, 1, páginas 166-174.

F.Sierra (Coord.), (2013): *Ciudadanía, tecnología y cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Barcelona: Gedisa.

UNESCO (2008): *Indicadores de desarrollo mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Paris: UNESCO.

TA van Dijk (2010): “Discurso, conocimiento, poder y política. Hacia un análisis crítico epistémico del discurso” en *Revista de investigación lingüística*, Vol. 13, 1, páginas 167-215.

TA van Dijk (2008): “Semántica del discurso e ideología”, *Discurso & Sociedad*, Vol. 2, 1, páginas 201-261.

J Vidal Beneyto (2008): *América Latina, hacia su unidad. Modelos de integración y procesos integradores*, Valencia: Amela/Ed. Pre-Textos.

R Zallo (2009): “Medios de comunicación, Internet y cambio democrático” en *Temas para el debate*, número 234, páginas 28-30.

R Zallo (2009): “Economía y políticas culturales y comunicativas para el cambio social: una revisión de paradigmas” en *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, número 206, páginas 177-198.

Declaración de Cochabamba (Quinto encuentro mundial de intelectuales y artistas por la humanidad). Mayo 2007.

Declaración de la VII Cumbre del ALBA-TCP. Cochabamba. 17 de octubre de 2009.

---

### Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

A Jorge Alonso, R de Frutos García, E Galarza Fernández (2015): “La comunicación en los procesos de cambio social en América Latina: Bolivia, Argentina, Ecuador y Venezuela”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 1 a 13.

[http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1031\\_UMA/01es.html](http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1031_UMA/01es.html)

DOI: [10.4185/RLCS-2015-1031](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1031)

Artículo recibido el 17 de noviembre de 2014. Aceptado el 23 de diciembre.

Publicado el 1 de enero de 2015.