



Question

Periodismo / Comunicación
ISSN 1669-6581

Esta obra está bajo una
Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-Compartir Igual
4.0 Internacional



Desarrollo, medios públicos y políticas latinoamericanas de comunicación

Eduardo Alejandro Hernández Alfonso, Luis Ernesto Paz Enrique

Question/Cuestión, Nro.72, Vol.3, Agosto 2022

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS -UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e722>

Desarrollo, medios públicos y políticas latinoamericanas de comunicación

Development, public media and Latin American communication policies

Eduardo Alejandro Hernández Alfonso

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Estudiante de posgrado Maestría en Comunicación

Cuba

eahernandez1990@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-6446-1653>

Luis Ernesto Paz Enrique

Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Filosofía y Letras

Estudiante de posgrado Maestría en Docencia para la Educación Media Superior

Cuba

luisernestopazenrique@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9214-3057>

Resumen

Las dinámicas de concentración de la propiedad en los medios de comunicación constituyen una muestra de poder en las sociedades latinoamericanas y de apego a una concepción de desarrollo economicista. Por ello, las expresiones críticas de los grupos sociales que reclaman verse representados en el diseño de los mensajes son obviadas o minimizadas. Se plantea como objetivo del presente estudio: 1) identificar las expresiones del desarrollo desde los medios públicos de comunicación en Latinoamérica. El presente estudio clasifica como descriptivo con carácter teórico y documental. Se identifica que los medios de comunicación del continente ejercen influencia en las relaciones económicas y políticas de los estados donde se desarrollan. La concentración en la titularidad de los medios no solo ha actuado en detrimento de las experiencias de comunicación pública sino en las posibilidades de pluralismo en los contenidos y de participación de las audiencias en los procesos productivos. Se concluye que la principal consecuencia ha recaído en la homogenización de las realidades que se representan en los medios, dado que cotidianamente se anula la interculturalidad y las necesidades de información, educación y entretenimiento de amplios segmentos de la población representadas en las audiencias.

Palabras clave: medios públicos de comunicación, comunicación para el desarrollo, Latinoamérica, comunicación pública, políticas de comunicación

Abstract

The dynamics of concentration of ownership in the media constitute a sign of power in Latin American societies and of adjustment to an economicist conception of development. For this reason, the critical expressions of the social groups that claim to see themselves represented in the design of the messages are ignored or minimized. The objective of this study is: 1) to identify the expressions of development from the public media in Latin America. The present study classifies as descriptive with theoretical and documentary character. It is identified that the media of the continent exert influence on the economic and political relations of the states where they are developed. The concentration on the ownership of the media has not only acted to the detriment of public communication experiences, but also of the possibilities of pluralism in content and participation of audiences in production processes. It is concluded

that the main consequence has fallen on the homogenization of the realities that are represented in the media, given that interculturality and the needs for information, education and entertainment of large segments of the population represented in the audiences are canceled on a daily basis.

Keywords: public communication media, communication for development, Latin America, public communication, communication policies

Introducción

La temática del desarrollo en América Latina y el Caribe constituye un fenómeno ampliamente abordado en los estudios de Ciencias Sociales por sus implicaciones económicas, demográficas, sociológicas, políticas, entre otras. Asimismo, por la diversidad de experiencias que han presentado los países de la región para conceptualizar el fenómeno desde sus realidades y posibilidades. En este contexto los medios de comunicación reproducen las etiquetas o adjetivaciones del desarrollo que favorecen la economía de mercado en algunas realidades o en otras para perpetuar gobiernos totalitarios.

Las dinámicas de concentración de la propiedad en los medios de comunicación constituyen una muestra de poder en las sociedades latinoamericanas. Una muestra de lo anteriormente afirmado se constata en Argentina, Brasil, México, Colombia y Perú donde las audiencias son controladas a escala nacional por conglomerados y grupos de medios. Según Reporteros sin Fronteras (2019) tal situación de concentración de la propiedad atenta contra el pluralismo y a la diversidad de los medios de comunicación.

La problemática también recae en polarizaciones ideológicas legitimadas por la hegemonía comunicacional de los políticos en el poder. Por ello, las expresiones críticas de los grupos sociales que reclaman verse representados en el diseño de los mensajes son obviadas o minimizadas. Para realizar tales propósitos se codifican políticas nacionales que ante la opinión pública internacional describen un panorama de avance social, pero en la praxis no alteran las asimetrías impuestas a los pueblos. Se plantea como objetivo del presente estudio: 1) identificar las expresiones del desarrollo desde los medios públicos de comunicación en Latinoamérica.

Materiales y métodos

El presente estudio clasifica como descriptivo con carácter teórico y documental. Para la obtención de resultados se emplearon métodos en los niveles teórico y empírico. En el nivel teórico se emplearon los métodos:

Analítico – sintético: se analizan aspectos relacionados con el desarrollo y la necesidad contextualizarlo a la realidad latinoamericana. Se sintetizan algunas fuentes y conceptos completamente teóricos para poder comprender su análisis arribando a una perspectiva práctica. El método favorece la identificación de información relevante para la comunicación para el desarrollo.

Histórico – lógico: contribuye al análisis generado sobre la perspectiva de desarrollo y el diseño de proyectos en contextos latinoamericanos. Se abordan temas referentes a los principales conceptos expresados a la comunicación para el desarrollo, sus principales conceptos y evolución de la categoría desde una perspectiva histórico – documental. El método contribuye al análisis de las concepciones presentes en el análisis de los medios públicos de comunicación.

Inductivo – deductivo: se inducen temas generales relacionados con el desarrollo y la comunicación, se introducen concepciones relacionadas con los medios públicos de comunicación y se deducen aspectos esenciales en torno a la situación de las políticas públicas y las contradicciones de la región. En el estudio se muestran las manifestaciones y transformaciones realizadas para mantener el poder del Estado y los políticos en el entramado económico. Se muestran las concepciones manejadas por diversos autores críticos del desarrollo en Latinoamérica.

Sistémico – estructural: se priorizó la información a partir de la generalidad de los conceptos, su origen y la disciplina académica a la que pertenecen. El estudio se estructura partiendo de lo general a lo particular. Se ordenaron y jerarquizaron los contenidos y aspectos relativos al desarrollo, la comunicación para el desarrollo y los medios públicos de comunicación.

En el nivel empírico se emplea únicamente el análisis documental clásico en correspondencia con el carácter del estudio. A través de los métodos teóricos explicados con anterioridad se realizó un minucioso análisis documental. Se emplearon diversos materiales escritos sin perder de vista el análisis del contexto histórico, lógico y social. Se consultaron publicaciones seriadas impresas y digitales, así como diversas fuentes especializadas recuperadas mediante Google Académico, EBSCO, SciELO, SCOPUS y otras bases de datos y publicaciones de relevancia.

La técnica empleada fue la revisión de documentos: aplicada a partir del procedimiento para la revisión de las fuentes documentales. La técnica permitió localizar información relevante sobre los propósitos del presente estudio.

Resultados y discusión

Efectos de la comunicación para el desarrollo en Latinoamérica

La comunicación para el desarrollo constituye una disciplina de estudio dentro del campo de la comunicación social. Se encuentra estrechamente ligada a los medios de comunicación y su objetivo fundamental radica en la generación de cambios en la sociedad. La posibilidad de movilización que generan las acciones derivadas de esta concepción comunicativa posibilitan dinamizar la participación en diversas actividades productivas. Aunque la consolidación de la comunicación para el desarrollo (década de los cincuenta) presenta un enfoque economicista, su posterior evolución alcanza otras connotaciones a partir de la experiencia latinoamericana.

El análisis de la categoría presenta varias condicionantes (económicas, sociales, culturales, políticas), sobre todo influenciado por las concepciones que se han atribuido al desarrollo (económico, sostenible, humano, entre otros). Las diversas expresiones se encuentran polarizadas entre consideraciones de crecimiento económico o biologicistas que no favorecen un consenso teórico. Otras entidades y organizaciones internacionales tales como el Banco Mundial (BM), Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización Mundial del Comercio (OMC) han sesgado el debate hacia perspectivas de las ciencias económicas.

Entre las adjetivaciones asociadas al desarrollo prevalecen tendencias hacia el ajuste de oportunidades sociales, políticas y económicas, pero no se enfatiza en lo contradictorio de la

realidad y en la transformación necesaria. Es por ello que se evaden mediaciones tales como la comunicación como hecho social y la incidencia de los medios de comunicación como garantes de la participación. Se coincide con los autores Riera Vázquez, Paz Enrique, y Hernández Alfonso (2018) al expresar que el principal sesgo radica en considerar el desarrollo como un fin y no como un proceso ascendente.

A partir de los aspectos anteriormente mencionados se reconoce que el desarrollo es un fenómeno social e histórico determinado. En tal sentido se retoman las segmentaciones de Becerra y Pino (2005) al considerar que fluctúan indistintamente: un plano individual: progreso de cada individuo como persona y como ente social, un plano espacial: la consolidación del territorio como región y un plano social: la consolidación de la comunidad. De este modo emergen dos vertientes principales del desarrollo: la realización individual y la realización colectiva, y en la coincidencia de ambas se impulsan las metas orientadas a la acción social.

El autor Sen (1999) centra el análisis del desarrollo hacia las posibilidades de las personas para cumplir sus objetivos, ello indica una ampliación de la libertad humana. Aunque no es suficiente con querer hacer algo, dado que, si no forma parte de un proceso de transformación, se limita a la consecución de una actividad. Concretamente las libertades de las personas pueden sujetarse a los esquemas socialmente establecidos por gobiernos, grupos sociales, instituciones y bajo esa lógica no cuestionar la realidad.

Por otra parte, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) plantean que el desarrollo de los seres humanos, implica la participación de las comunidades y en ello resulta vital la comunicación (UNESCO, 2015). La propia institución corrobora que la comunicación no solo constituye una herramienta sino una mediación que facilita la interrelación cultural. En consecuencia, la comunicación para el desarrollo se concreta como una modalidad que facilita la creación o perfeccionamiento de procesos de información, intercambio y/o transformación social desde los niveles interpersonal, grupal y masivos que apunten al desarrollo de las comunidades.

Según la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (2016), la comunicación es un valor adicional en los procesos de desarrollo. Si bien constituye un aspecto en ocasiones descuidado por gobernantes y decisores en sentido general, se considera que la comunicación no forma parte de una suerte de resultado inalcanzable. En la presente investigación se asume que la misma es transversal para cualquier proceso de desarrollo, ya sea en su forma

institucional (modalidad más empleada) o desde un enfoque comunitario (implica el diálogo, contradicción, reconocimiento del otro y puesta en común en pos de un proyecto).

Asimismo, se concuerda con Gumucio (2011) dado que amplía el impacto de la comunicación no solo desde un nivel informativo sino como un proceso que tiene que implicar a las personas y permitir que expresen su voz. En tal sentido puede afirmarse que la comunicación para el desarrollo se consolida desde el acceso y la participación en el ámbito social. Por ello es esencial contener que “las comunicaciones crecen y cambian con la sociedad, porque son algo que la sociedad hace” (Schramm, 1969, p. 4).

Como consecuencia, aun cuando la comunicación para el desarrollo era un hecho que se reconocía en la práctica, su surgimiento como categoría de discusión teórica tuvo un carácter tardío. Beltrán (2006) corrobora que si bien las primeras experiencias latinoamericanas y anglosajonas datan del período 1940-1950, la teorización emerge diez años después con las aportaciones fundamentales de Daniel Lerner, Everett Rogers y Wilbur Schramm. Como resultado de estas aportaciones, se reconoce que en la actualidad existe una tendencia a considerar la comunicación desde su potencialidad instrumental.

Una definición importante para el desarrollo de la categoría “comunicación para el desarrollo” es planteada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO):

consiste en el diseño y uso sistemático de actividades que promueven la participación, los enfoques comunicacionales, los métodos y medios para compartir información y conocimiento entre los actores de los procesos de desarrollo, para asegurar el entendimiento mutuo y el consenso que lleva a la acción (FAO, 2004).

Si bien persiste una visión unidireccional de los medios de comunicación, influida por las teorizaciones iniciales norteamericanas, el redimensionamiento del fenómeno de la comunicación, constituye una ruptura con la visión economicista del desarrollo. Se acentúa la importancia de la participación como generadora del diálogo que mueve a la transformación de la sociedad. Por ello la atención no solo incluiría problemáticas como la erradicación de la pobreza, sino otras como apunta conectaDEL (2013): cultura democrática, participación ciudadana y democratización de los medios.

Aunque constituye un antecedente, la definición aportada por la Organización de las Naciones Unidas en el año 1997, se adelanta en la necesidad de poner el énfasis en la comunidad como una vía expedita para propiciar el diálogo. Específicamente consideran que:

La comunicación para el desarrollo 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 (Organización de las Naciones Unidas, 1996, p. 121).

En este caso se refuerza el binomio de la comunicación y la cultura desde el reconocimiento de las identidades de grupos sociales, dado que, en ocasiones son obviados cuando se diseñan proyectos con objetivos homogéneos. Al respecto García-Canclini (1995) considera que se debe “pensar al ciudadano actual más como habitante de la ciudad que de la nación” (p. 31). La comprensión de los valores que rigen la sociedad particularizados en la necesidades territoriales o locales dinamiza la participación.

Los procesos de comunicación para el desarrollo requieren de “escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades” (International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank y Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2007). En principio este postulado funciona para cualquier contexto, sin embargo, forma parte de las directrices que homologan fórmulas para el éxito. Desde un enfoque comunicacional la escucha, exclusivamente no garantiza el diálogo dado que reproduce el modelo clásico de comunicación emisor – receptor y su tendencia unidireccional. De ahí que el desarrollo implique contener la identidad de los implicados y los conflictos que se generan en un proceso social.

En tal sentido la Teoría de la Modernización(1) se reproduce en la actualidad, dado que los organismos internacionales analizados, consideran que las prácticas en los países en vías de desarrollo deben apearse a orientaciones externas. Consecuentemente los medios de comunicación solo poseen una función informativa dado que son empleados para difundir los conceptos, ideas y valores que sean coherentes con una visión lineal del desarrollo. Las organizaciones internacionales generan información/conocimiento, y ello integrado a los recursos económicos que ostentan, impone una interpretación hacia diversos temas de interés nacional, local o comunitario.

El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011) destaca con la principal clasificación sobre la comunicación para el desarrollo, agrupada en cuatro ejes fundamentales:

a) comunicación para el cambio de comportamiento, b) comunicación para el cambio social, c) comunicación para la incidencia, d) fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones. La clasificación mencionada puede observarse en la Tabla 1.

Comunicación para el cambio de comportamiento (CCC)	Proceso interactivo para desarrollar mensajes y enfoques a través de una mezcla de canales de comunicación con el objetivo de fomentar y preservar comportamientos positivos y adecuados.
Comunicación para el cambio social (CCS)	Destaca el diálogo como idea fundamental para el desarrollo. Se centran en acciones colectivas para la comunidad y cambios sociales a largo plazo.
Comunicación para la incidencia	Implica acciones organizadas con el objetivo de influenciar el clima político, decisiones de procesos políticos y programas, decisiones sobre asignación de fondos y apoyo comunitario
Fortalecimiento de un entorno propicio para los medios y las comunicaciones	Pone de relieve la necesidad de reforzar las capacidades de comunicación, incluidas la infraestructura profesional e institucional

Tabla 1: Clasificación aportada por la ONU sobre la comunicación para el desarrollo (Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011)).

Como consecuencia de la hegemonía de las instituciones y organizaciones internacionales, fundamentalmente la ONU y las Organizaciones no gubernamentales que se le subordinan, se establece una agenda temática internacional. Dicha estructuración remite a los países a desarrollar líneas estratégicas sobre la comunicación para el desarrollo, lo que genera un enfoque común de las Naciones Unidas en el desarrollo a nivel de país. Por la importancia que reviste para el presente estudio es válido mencionar la Comunicación para el desarrollo y la sostenibilidad medioambiental.

Desde la perspectiva mencionada se asume que la comunicación favorece la preservación medioambiental y se conecta con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

planteados por la ONU. El uso de los medios de comunicación resulta vital tanto para informar resultados y hallazgos científicos, como para negociar acciones entre gobernantes y sociedad. La principal limitación que presenta este enfoque radica en los diagnósticos de las problemáticas nacionales, la asignación de presupuesto a otras necesidades menos acuciantes en el ámbito local o la limitada participación de las personas. Con ello se corrobora que no basta con el factor económico, sino que se debe dinamizar la conciencia crítica para favorecer cualquier transformación pro ambientalista.

Ciertamente no se trata de arribar a metas gestadas por diseñadores de políticas de desarrollo. La experiencia conservadora reproduce un paradigma asistencialista que centra el proceso en la asignación de bienes y servicios. Otra visión más emancipadora pero menos instituida, pretende conectar la solución con prácticas sociales, formas de organización, consenso hacia valores que permiten una participación en torno al asunto. En esta desproporcionada apuesta hacia la racionalidad instrumental, Martin Barbero (2010) vislumbra que “emergen nuevos patrones colectivos de disenso, de desafección y cuestionamiento de los patrones impuestos a la vida cotidiana” (p. 30).

Otros intelectuales de la región como Sunkel (2004), establecen crítica no solo al modo en que se ha homogenizado el contenido, sino a la concentración de capitales en el ámbito de los medios de comunicación que lo propicia. Desde esta perspectiva se reconoce que las disposiciones de algunos marcos regulatorios no son suficientes para garantizar la diversidad y el pluralismo en la televisión pública. La prioridad concedida a la publicidad comercial en Latinoamérica no favorece un equilibrio hacia la función social de los medios.

1.3. Los medios públicos de comunicación

Los medios de comunicación esencialmente constituyen estructuras concentradas de producción de mensajes en diversas expresiones (textos, sonido, imagen). Se han constituido a partir de prácticas institucionalizadas y formas de propiedad monopolistas que controlan las tecnologías para garantizar ingresos económicos e influencia política. Asimismo, transgreden la expresión, organización, representación de la realidad y la legitimidad ante sus consumidores.

La síntesis presentada anteriormente sobre los medios de comunicación constituye una visión predominante e instaurada desde el poder, donde se invisibilizan otras formas de actividad productiva. La aspiración contrahegemónica de heterogeneidad en los mensajes

constituye una meta de grupos sociales ante “la lenta erosión que la globalización produce sobre los referentes culturales” (Martín-Barbero, 2001, p. 2). En consecuencia, se diseñan símbolos coherentes al capital económico y se estimula una concepción de consumo estandarizada mediante la producción mediática.

Entender lo público en la comunicación requiere trascender las prácticas mencionadas, así como difiere de una visión autocrática, centralizada o condicionada por el Estado. Existe un sesgo en este caso, a reproducir intereses políticos bajo un camuflaje de espacio de concertación y debate, pero que finalmente limita la producción endógena e intercultural. Los autores Martín-Barbero (2001) y Toussaint (2017) corroboran que en el contexto latinoamericano las televisiones nacen estatales más que públicas y en un breve tiempo se privatizan apegados a modelos norteamericanos de producción y programación.

Ante tal situación se identifica que los medios públicos de comunicación deben establecer un equilibrio donde los intereses del gobierno o los económicos no sesguen la pluralidad e identidades diversas de las audiencias. La propuesta del autor Ricaute (2009) permite identificar los aspectos donde la titularidad estatal distorsiona el carácter público. Al respecto se precisan: 1) independencia de la gestión, 2) independencia editorial, 3) universalidad, 4) corresponsabilidad, 5) claridad jurídica, 6) pluralidad cultural, 7) fomento a la cultura política democrática, 8) compromiso con la educación, 9) compromiso con la ciencia y el arte.

En el caso de la televisión pública existen posicionamientos teóricos divergentes entre los principales autores latinoamericanos. Una vertiente representada por Omar Rincón se orienta hacia los usos y necesidades específicas de las audiencias que se deben priorizar en esta modalidad. Por otra parte, Jesús Martín Barbero se centró en la importancia de desestatizar el medio de comunicación y aumentar la calidad de las propuestas. Asimismo, se reconocen otras contradicciones como priorizar las programaciones con un enfoque más experimental, ante el entretenimiento y la banalización del consumo que generan las modalidades comerciales.

En la encrucijada de ambos posicionamientos se debate el sentido de lo público, en tanto no se trata de militancias políticas o radicalismos elitistas, sino una posibilidad real de representar el imaginario colectivo en el ámbito local. Las televisiones públicas ostentan el deber de ofrecer programas que informen, entretengan y eduquen desde los valores

socialmente aceptados por la sociedad. El autor de la presente investigación valora de positivo el diseño de una oferta propia y original, sin que ello implique viciarse por la lógica de capital o comprometer la rentabilidad de la televisora.

La proliferación de medios públicos de comunicación en Latinoamérica y su sistemática privatización, en particular la televisión, ha demostrado que la voluntad de los gobiernos de turno no garantiza la sostenibilidad de estas iniciativas. En tanto, la influencia del Estado en la comunicación pública de forma general obstaculiza la libre expresión de los medios de comunicación, el contenido editorial de los medios es inducido por los intereses a partir de presiones desde el punto de vista presupuestario o en materia de concesiones de licencias como mecanismos de presión. El desarrollo de los medios públicos amparados en políticas nacionales de comunicación e información permite amparar legalmente sus formas de producción, expresión y distribución.

A partir de un análisis realizado en varias políticas latinoamericanas resalta el reconocimiento de la comunicación pública. En el caso boliviano se define la responsabilidad del Estado como proveedor de los servicios de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación. Específicamente se determina: “a través de entidades públicas, mixtas, cooperativas, comunitarias y en el caso de telecomunicaciones también a través de empresas privadas, mediante autorizaciones o contratos en el marco de la Constitución Política del Estado” (Asamblea Legislativa Plurinacional, 2011, p. 2).

Otro modo de legitimar la función pública de los medios de comunicación se concibe desde el acceso y uso de la población. En el caso de la legislación colombiana se estipula: “ubicación estratégica de terminales y equipos que permitan realmente a los ciudadanos acceder a las aplicaciones tecnológicas que benefician a los ciudadanos, en especial a los vulnerables y de zonas marginadas del país” (Congreso de Colombia, 2009, p. 4). Contradictoriamente se explicita que la asignación del espacio radioeléctrico tiene orientación al servicio público bajo titularidad del Estado, lo que implica valorar las responsabilidades de los medios públicos en términos políticos.

Pareciera un escenario alentador para el país sudamericano en términos de cobertura y protección de las expresiones e intereses de los grupos sociales, sin embargo, la autora Alba (2009) adelantó que los medios públicos en Colombia privilegiaban a las empresas privadas. El pretexto se origina en la “la inoperancia de lo público como una estrategia para que lo privado

domine el panorama” (p. 139). De este modo la política pública tiene una expresión coherente con el reconocimiento de los derechos individuales y colectivos, pero en su expresión práctica es sesgada por intereses políticos y económicos.

La Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador constituye una muestra del reconocimiento tácito de los medios públicos de comunicación. Se consideran como personas jurídicas de derecho público, así como se garantiza el principio de participación de los ciudadanos en los procesos de comunicación. Se evidencia en el texto un equilibrio entre la responsabilidad del Estado de apoyar económicamente en función de estimular la producción plural de contenidos, sin intromisión en sus decisiones editoriales. Exclusivamente se aprueban cinco minutos semanales no acumulables, para transmitir en cadena nacional o local por decisión mensajes gubernamentales (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Comunicación, 2013).

Luego de analizar algunas experiencias significativas en de la región latinoamericana es oportuno destacar las características de las políticas públicas en materia de comunicación de México y Cuba. En el caso mexicano se identifica que la titularidad y administración del espectro radioeléctrico corresponde al Estado, así como el otorgamiento de las concesiones y la aplicación del régimen de sanciones. En particular se definen “concesiones para uso comercial, social, privado y público” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2014).

Asimismo, se reconoce para la concesión, determinados fines y significativamente se contiene el uso social:

Confiere el derecho de prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro. Quedan comprendidas en esta categoría las concesiones comunitarias y las indígenas; así como las que se otorguen a instituciones de educación superior de carácter privado (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2014, p. 34).

Inicialmente se depositó la confianza en esta reforma a la ley de comunicación mexicana, pero el hecho real es que los intereses de los gobiernos de turno marcan las posibilidades de las televisiones de carácter público. La situación se corrobora en palabras del profesor e investigador Francisco Vidal Bonifaz al develar que monopolios como Televisa y TV Azteca continúan siendo los reyes de la baraja económica. Específicamente menciona que

México no se encuentra ausente de “la concentración en las actividades convergentes (manejo de redes y de contenidos)” (Vidal, 2013, p. 29).

El manejo de las redes y de contenidos posibilita una influencia directa de las élites empresariales y política sobre la pluralidad informativa, por ende, en las posibilidades de participación de las audiencias y la transformación social. Según el sitio Statista Research Department (2021), el porcentaje promedio de personas con televisores encendidos (24 horas del día) en México se corresponde con la clase baja y en pobreza extrema. Por tanto, queda expuesto el sentido de la concentración para fines electorales y de influencia política. Ciertamente no es conveniente para la acumulación capitalista que exista una audiencia crítica, en tanto legitime otras necesidades ajenas al consumo.

Los fines descritos anteriormente se han concretado a partir de una intensa homogenización de los contenidos y producción publicitaria de carácter comercial. Entre las principales causas cabe destacar no solo la hegemonía del conglomerado Televisa / TV Azteca y el fomento de estaciones repetidoras en diferentes estados que no poseen programación propia, sino la anulación sistemática de la producción local. Desde esta perspectiva no se les otorga importancia a las problemáticas de las audiencias locales, ni tan siquiera a sus identidades diversas.

Aunque se reconozca desde la política pública en comunicación la interculturalidad, no es funcional a los intereses dominantes porque generan dinámicas de confrontación entre productores y consumidores. Las élites políticas y económicas en México legitiman sistemáticamente una identidad cultural homogénea que aglutine a cualquier televidente, de este modo garantizan el control en las etapas productivas: concepción, producción, distribución y difusión. Sobre todo, en la primera actividad donde se concentra la posibilidad de incidir en el diseño del mensaje y los temas que se abordan.

Conclusiones

La comunicación para el desarrollo se centró inicialmente en una concepción de conductismo social dado que se priorizó el cumplimiento de fines, fundamentalmente económicos, y descartó la posibilidad de contextualización en la realidad latinoamericana desde un fenómeno histórico determinado. Los procesos de cambio no se desarrollaron a partir de la identificación de las contradicciones existentes y las propuestas endógenas para

solucionarlas. Los organismos internacionales con posibilidad de financiamiento desarrollaron criterios de inclusión/exclusión para los países de la región y fomentaron la idea que estas indicaciones eran portadoras de las claves para el desarrollo.

Las dinámicas de concentración de la propiedad en los medios de comunicación constituyen una muestra de poder en las sociedades latinoamericanas. Los medios de comunicación del continente ejercen influencia en las relaciones económicas y políticas de los países donde se desarrollan. La concentración en la titularidad de los medios no solo ha actuado en detrimento de las experiencias de comunicación pública sino en las posibilidades de pluralismo en los contenidos y de participación de las audiencias en los procesos productivos. La principal consecuencia ha recaído en la homogenización de las realidades que se representan en los medios, dado que cotidianamente se anula la interculturalidad y las necesidades de información, educación y entretenimiento de amplios segmentos de la población de los países del continente.

Agradecimientos:

Se agradece al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) México por su colaboración en el financiamiento de la investigación

Referencias bibliográficas

Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación. (2016). *Comunicación para el desarrollo*. Una guía práctica. Suiza: Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE).

Alba, G. (2009). Los medios de comunicación en Colombia frente a las demandas de los ciudadanos. *Revista Actualidades Pedagógicas*, 54(2009), 137-154.

Becerra, F., y Pino, J. (2005). Evolución del concepto de desarrollo e implicaciones en el ámbito territorial: experiencia desde Cuba. *Economía, Sociedad y Territorio*, 5(17), 85-119.

Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 4(8), 53-76.

conectaDEL. (2013). *Comunicación para el desarrollo. Apuntes para facilitadores*. Argentina: Fondo Multilateral de Inversiones Miembro del Grupo BID.

FAO. (2004). *Comunicación para el Desarrollo Rural*. Roma: FAO/OPCC.

García-Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Ciudad de México: Editorial Grijalbo.

Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 26-39.

Instructivo para el Plan de Comunicación 2021 de la Dirección de la Televisión Cubana y su sistema de entidades nacionales y territoriales (2020).

International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, y Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2007). *World Congress on Communication for Development*. Washington DC.

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (2014).

Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación, 164 C.F.R. (2011).

Ley Orgánica de Comunicación, 22 C.F.R. (2013).

Martín-Barbero, J. (2001). *Claves de debate/ televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención*. Bogotá: FES /Promefes.

Martin Barbero, J. (2010). *Desarrollo y cultura o la globalización desde abajo*. En A. Martinell (Ed.), *Cultura y desarrollo un compromiso para la libertad y el bienestar*. Madrid: Fundación Carolina.

Noya, A. (2019). *ICRT: por donde Cuba se escucha y se ve (parte 1)*. La Habana: Mesa Redonda.

Organización de las Naciones Unidas. (1996). Resolución 51/172 de la Asamblea General de las Naciones Unidas. Recuperado el 7 de diciembre, 2021, desde <https://undocs.org/S/A/RES/51/172>

Principios y Conceptos sobre la Sociedad de la Información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones -TIC-, 1341 C.F.R. (2009).

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2011). *Comunicación para el desarrollo. Fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas*. Nueva York: Organización de Naciones Unidas.

Reporteros sin fronteras. (2019). Medios de comunicación en América Latina: bajo control de familias, elites económicas y políticas. Recuperado el 14 de agosto, 2021, desde <https://rsf.org/es/noticias/medios-de-comunicacion-en-america-latina-bajo-control-de-familias-elites-economicas-y-politicas>

Ricaute, C. (2009). *La palabra rota. Seis investigaciones sobre el periodismo ecuatoriano*. Ecuador: Fundamedios.

Riera Vázquez, C. M., Paz Enrique, L. E., y Hernández Alfonso, E. A. (2018). Consideraciones sobre el desarrollo comunitario. *Investigación & Desarrollo*, 26(1), 125-139.

Schramm, W. (1969). El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo. Recuperado el 17 de enero, 2022, desde https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/schramm_01.pdf

Sen, A. (1999). Invertir en la Infancia, su papel en el desarrollo. Recuperado el 19 de diciembre, 2021, desde <https://www.eumed.net/cursecon/economistas/textos/Sen%20pobreza%20e%20infancia.html>

Statista Research Department. (2021). La industria televisiva en México – Datos estadísticos. Recuperado el 9 de marzo, 2022, desde <https://es.statista.com/temas/3700/sector-de-la-radiodifusion-en-mexico/#dossierKeyfigures>

Sunkel, G. (2004). El consumo cultural en la investigación en comunicaciones en América Latina. *Signo y Pensamiento*, 23(45), 9-24.

Toussaint, F. (2017). Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 229(2017), 223-242.

UNESCO. (2015). 70º aniversario de la UNESCO: el Secretario General de la ONU, Ban Ki-Moon, y la Directora General de la UNESCO, Irina Bokova, celebran los logros de la organización. Recuperado el 17 de diciembre, 2021, desde http://www.unesco.org/new/es/media-services/single-view/news/70th_anniversary_of_unesco_un_secretary_general_ban_ki_moon/

Vidal, F. (2013). La nueva ley de telecomunicaciones: El intento de reglamentar la batalla entre monopolios. *Boletín mensual Momento Económico*, 32(2013), 23-30.

Notas

(1) Plantea esencialmente que para alcanzar un nivel de industrialización y prosperidad económica Occidental es necesario realizar cambios profundos en los valores y estructuras sociales (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2011).