

# Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 30, año 2024. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO  
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL  
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-94-5

## Sostenibilidad de los medios en la era digital

Economía política de los medios públicos, privados  
y comunitarios (2024)

Ángel Carrasco-Campos; José Candón-Mena (editores)

## Separata

## Introducción

### Título del Capítulo

«Introducción. Sostenibilidad de los medios  
en la era digital»

### Autoría

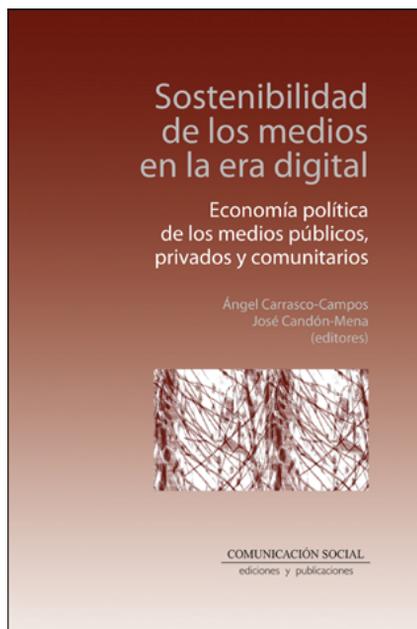
José Candón-Mena;  
Ángel Carrasco-Campos

### Cómo citar este Capítulo

Candón-Mena, J.; Carrasco-Campos, Á. (2024):  
«Introducción. Sostenibilidad de los medios  
en la era digital». En Carrasco-Campos, Á.;  
Candón-Mena, J. (eds.), *Sostenibilidad de los  
medios en la era digital. Economía política de  
los medios públicos y comunitarios*. Salamanca:  
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.  
ISBN: 978-84-17600-94-5

### D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/intro.emcs.30.tam5>



El libro *Sostenibilidad de los medios en la era digital. Economía política de los medios públicos, privados y comunitarios* está integrado en la colección «Tiempos /Activismo Mediático» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Los medios de comunicación cumplen una función de servicio público vital para la democracia.

El reto de la sostenibilidad implica llevar a cabo la acción comunicativa manteniendo la independencia política y económica para no poner en jaque la labor social de los medios. Este modelo de gobernanza debe ir acompañado de una reducción del impacto medioambiental de los productos y tecnologías generadas.

El análisis de la sostenibilidad de los medios en la era digital —amenazada por el desarrollo de las economías liberales y la crisis del Estado del Bienestar— requiere una mirada crítica y un planteamiento radical en aspectos económicos, culturales, ecosociales y legales de los sistemas de producción, distribución y consumo en al menos sus tres ámbitos: los grandes grupos mediáticos, los medios públicos, y el tercer sector de los medios comunitarios.

En este libro se identifican las dificultades de los medios en materia de sostenibilidad bajo las actuales condiciones materiales, explorando los retos y oportunidades del entorno digital para plantear modelos y prácticas comunicativas más justas y participativas.

*Sostenibilidad de los medios en la era digital. Economía política de los medios públicos, privados y comunitarios* persigue ampliar el debate para avanzar hacia una teoría crítica y una economía política de los medios de comunicación.

# Sumario

## Introducción.

### Sostenibilidad de los medios en la era digital,

por José Candón-Mena; Ángel Carrasco-Campos ..... 9

### 1. Hacia una definición del valor de los medios de comunicación de servicio público:

#### una propuesta sostenible y adaptable,

por Azahara Cañedo; Marta Rodríguez-Castro ..... 17

1. *Revisión de literatura* ..... 20

1.1. *El valor público como paradigma de gestión* .. 20

1.2. *Medios de comunicación de servicio público y valor público*..... 22

2. *Metodología* ..... 24

3. *Resultados* ..... 26

4. *Consideraciones finales* ..... 33

*Referencias*..... 36

### 2. Sostenibilidad jurídica de los medios comunitarios.

#### Aproximación al contexto iberoamericano,

por Luis Alain de la Noval Bautista ..... 41

1. *Introducción* ..... 42

2. *Fundamentos Teóricos* ..... 44

2.1. *Los medios comunitarios* ..... 44

2.2. *Sostenibilidad de los medios comunitarios* ..... 47

2.3. *Sostenibilidad Jurídica*..... 49

3. *Metodología* ..... 52

4. <i>Aproximación al marco regulatorio-jurídico de los medios comunitarios en el contexto iberoamericano</i> ....	54
4.1. <i>Democratización de la Información y la Comunicación</i> .....	54
4.2. <i>Reconocimiento al tercer sector de la comunicación</i> .....	55
4.3. <i>Acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico</i> .....	57
4.4. <i>Sostenibilidad</i> .....	58
4.5. <i>Participación y control ciudadano</i> .....	60
4.6. <i>Acceso, uso de las TIC y alfabetización mediática</i> .....	61
4.7. <i>Equidad socio-cultural y ecológica</i> .....	62
4.8. <i>Regulación del discurso de odio y exclusión social</i> .....	64
5. <i>Conclusiones</i> .....	65
<i>Referencias</i> .....	67
<b>3. Sostenibilidad de los medios de comunicación del tercer sector en México. Una ruta para su fortalecimiento a través de la experiencia, latinoamericana,</b>	
<i>por María Consuelo Lemus Pool;</i>	
<i>César Bárcenas Curtis</i> .....	<b>69</b>
1. <i>Una aproximación al tercer sector de la comunicación en México</i> .....	71
2. <i>Estrategia metodológica</i> .....	75
3. <i>Comparación de indicadores de sostenibilidad del tercer sector: Argentina, Uruguay y México</i> .....	77
3.1. <i>El marco regulatorio</i> .....	79
3.2. <i>El organismo regulador</i> .....	83
3.3. <i>Acciones positivas de fomento y protección</i> .....	86
4. <i>Conclusiones</i> .....	89
<i>Referencias</i> .....	91

<b>4. Sostenibilidad financiera y datos industriales: el caso de la TV regional, local y comunitaria en Chile,</b> <i>por Chiara Sáez</i> .....	97
1. <i>Introducción</i> .....	97
2. <i>Metodología</i> .....	99
3. <i>El debate conceptual</i> .....	100
4. <i>Resultados</i> .....	103
5. <i>Conclusiones</i> .....	118
<i>Referencias</i> .....	119
<b>5. El reto de la sostenibilidad medioambiental de los medios en la era de las tecnologías digitales,</b> <i>por Fernando Tucho; José M<sup>a</sup> García de Madariaga; Miguel Vicente</i> .....	121
1. <i>Doble ausencia de neutralidad en digitalización</i> .	122
2. <i>En el origen, el impacto del diseño: la obsolescencia programada</i> .....	123
3. <i>El impacto de la extracción de recursos naturales para la fabricación de los dispositivos y su manufactura</i> .....	126
4. <i>El impacto del uso de los dispositivos y su desecho</i>	129
5. <i>La sostenibilidad vista desde las GAFAM</i> .....	132
6. <i>Conclusiones y discusión</i> .....	139
<i>Referencias</i> .....	141



# Introducción

## Sostenibilidad de los medios en la era digital

*José Candón-Mena*

Universidad de Sevilla

*Ángel Carrasco-Campos*

Universidad de Valladolid

Los medios de comunicación, sean públicos, comerciales o del tercer sector, cumplen una función de servicio público vital para la democracia. Sin embargo, supone todo un desafío llevar a cabo esa misión, promoviendo una comunicación de calidad, plural e independiente, y, a su vez, realizarla mediante un desarrollo equilibrado en los tres principales ámbitos en los que su acción tiene un impacto significativo: la economía, la sociedad y el medio ambiente. El reto de su sostenibilidad consiste, pues, en llevar a cabo esta acción comunicativa que les es propia sin perder su independencia de los poderes políticos o económicos que imposibilitan *de facto* el cumplimiento de su función social, como también lo es realizar esta labor minimizando el impacto ambiental de sus productos y tecnologías, y promoviendo una sociedad más justa, equitativa y participativa.

Con el desarrollo de las economías neoliberales y la crisis del Estado del Bienestar, la sostenibilidad de los medios se ve amenazada en el sentido descrito. Por una parte, si bien los grandes conglomerados mediá-

ticos son un negocio pujante, resulta evidente tanto la depreciación de la calidad de sus productos como el negativo impacto social y medioambiental del modelo de consumo que promueven. Por otra parte, los medios públicos son cada vez más cuestionados por la ola privatizadora y, como resultado, muy habitualmente se pliegan al modelo de mercado o se convierten en meras correas de transmisión del poder político. Por lo que respecta a los medios comunitarios y del tercer sector, estos ven especialmente amenazada su viabilidad económica, debiendo buscar recursos, literalmente, «como sea».<sup>1</sup> Pese a todo, cada vez se habla más de sostenibilidad, y el desarrollo sostenible de las instituciones, públicas, privadas y del tercer sector ocupa un lugar prioritario en la agenda política contemporánea. La tarea de garantizar su desarrollo sustentable e implementar nuevos modelos de gobernanza más plurales, diversos y participativos, económicamente viables y respetuosos con el medio ambiente, está cada vez más presente en la agenda política mundial.

Los sistemas de medios contemporáneos, en toda su complejidad y diversidad, se han incorporado a esta tendencia, ya sea asumiendo un rol de agentes destacados para la promoción del desarrollo sostenible como nuevo pacto social, como también adoptando ellos mismos estrategias y acciones para su sostenibilidad a medio y largo plazo, en todas sus dimensiones. Su papel para el desarrollo de la sostenibilidad

---

<sup>1</sup> Binder, I.; Fisher, P.; Godínez, F. (2017). *Como sea. Sostenibilidad económica-administrativa en radios comunitarias de Argentina*. Buenos Aires: Jinete Insomne. <https://cpr.org.ar/comosea/>

es especialmente relevante, puesto que los medios de comunicación tienen, por su propia naturaleza, una responsabilidad social vinculada al derecho a la información para la profundización democrática de las sociedades contemporáneas. Sin embargo, la creciente y acelerada mundialización, digitalización y concentración del capital, económico y simbólico, en grandes conglomerados privados durante el último cuarto de siglo ha supuesto una amenaza directa a la promesa de una mayor diversidad y ampliación de formas de participación ciudadana y usos emancipadores de las comunicaciones. Lejos de cumplirse las esperanzas despertadas por la revolución de las telecomunicaciones, surgen nuevas amenazas que redundan, una vez más, en una estructura de medios desigual que atenta de manera directa contra la diversidad del sector audiovisual, el derecho a la información, los modelos de gobernanza abiertos, plurales y participativos, e incluso contra la urgente y necesaria reducción del impacto medioambiental de las tecnologías y dispositivos comunicativos. El análisis de la sostenibilidad de los medios en la era digital requiere, por tanto, de una mirada crítica que se aleje de los postulados liberales dominantes. Se trata de un desafío que implica un planteamiento radical en torno a los aspectos económicos, culturales, legales y ecosociales de los sistemas de producción, distribución, usos y consumos de los medios en, al menos, sus tres ámbitos más destacados: el sector privado-comercial, los medios públicos y el tercer sector de la comunicación. En estos ámbitos, la adopción de medidas para la sostenibilidad debe implicar un modelo de gestión más democrático, abierto

a la participación activa de una mayor diversidad de grupos de interés y minorías sociales, involucrado con la erradicación de las desigualdades y, por supuesto, también con la preservación del medio ambiente.

El monográfico que presentamos en estas páginas surge desde este compromiso con un análisis crítico de las acciones y medidas para la sostenibilidad de los medios, y reivindica su necesidad como parte de una economía política de la comunicación y una apuesta decidida por la promoción de modelos de comunicación participativos, alternativos a los dominantes. Con este proyecto conjunto, motivado por intereses solidarios y afines, la sección española de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-España),<sup>2</sup> el Comité Científico del Congreso Internacional Move.net<sup>3</sup> sobre Movimientos Sociales y TIC, y el proyecto de I+D Sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación. Diseño y Aplicación de Indicadores (SOScom)<sup>4</sup> (PID2020-113011RB-I00) proponemos ampliar el debate en torno a la sostenibilidad de los medios en la era digital, para avanzar en una teoría crítica y economía política de los medios públicos, privados y comunitarios. Esta confluencia de intereses de los diferentes actores implicados en esta iniciativa ha permitido reunir a especialistas de España y América Latina que, con sus contribuciones, definen los ejes fundamentales para una agenda de investigación

---

<sup>2</sup> <https://ulepicc.es/>

<sup>3</sup> <https://congreso-move.net/>

<sup>4</sup> <https://soscom.riccap.org/>

emergente y necesaria en torno al reto de la sostenibilidad de los modelos de financiación, gobernanza, marcos legales e impacto medioambiental y ecosocial de las comunicaciones, sus medios y sus tecnologías. Así, este libro incorpora análisis empíricos, reflexiones teóricas y propuestas metodológicas que abarcan la sostenibilidad en los tres ámbitos más destacados de los sistemas de medios contemporáneos: el sector privado-comercial, los medios públicos y el tercer sector de la comunicación.

El volumen abre con un capítulo firmado por Azahara Cañedo y Marta Rodríguez Castro en el que las autoras proponen una matriz de análisis original para la identificación de los componentes del valor público de los medios de comunicación de servicio público. Mediante un análisis cualitativo de la legislación de una amplia y diversa muestra de medios audiovisuales públicos europeos, las autoras identifican 12 componentes que definen este valor público, insistiendo en que deben considerarse parte de un modelo de cultura organizacional que debe ir más allá del mero resultado de su modelo de gestión. Al incorporar entre esos componentes aspectos como el compromiso social, la diversidad, la participación ciudadana, la justicia social y la cohesión territorial, entre otros, se enfatiza el carácter multidimensional de la sostenibilidad y carácter de servicio público de este tipo de medios.

El capítulo firmado por Luis Alain de la Noval propone un cambio de registro, al centrar su análisis en la sostenibilidad jurídica de los medios comunitarios iberoamericanos. A través de un análisis documental comparado de la regulación de la información y la

comunicación y las políticas públicas en una muestra diversa de legislaciones, decretos y resoluciones del audiovisual de países iberoamericanos, se analizan cuestiones centrales de la sostenibilidad del tercer sector de la comunicación como son la democratización de la información, la accesibilidad, los modelos de control ciudadano, o la equidad socio-cultural y ecológica. De la Noval señala en este texto un significativo impulso en el reconocimiento de los medios comunitarios en los países objeto de estudio pero, a su vez, el mayor peso que recibe la regulación en materia de sostenibilidad económica y financiera frente a otras dimensiones, también presentes y reconocidas, como las políticas, institucionales, socioculturales, ecológicas y tecnológicas.

María Consuelo Lemus y César Bárcenas proponen con su capítulo profundizar en el análisis comparado de la sostenibilidad del tercer sector en América Latina, con un estudio cualitativo y descriptivo de los marcos legislativos y de política pública en Argentina, Uruguay y México, focalizando el análisis en la situación de este último país. Su investigación observa principalmente la dimensión regulatoria para el fomento de un tercer sector de la comunicación plural y diverso que favorezca la democratización de las comunicaciones y una mayor diversidad en la participación en los medios, en especial por lo que respecta a las comunidades indígenas y grupos vulnerables, así como para el fomento de la producción audiovisual nacional.

Por su parte, Chiara Sáez centra su análisis en la sostenibilidad financiera, tomando como caso de estudio a la televisión regional, local y comunitaria de Chile.

La autora subraya la importancia de la comunicación local para el pluralismo informativo y la diversidad audiovisual, a la vez que señala el lugar marginal de estos medios en los sistemas de medición de audiencias y la contabilidad de la inversión publicitaria que reciben, resaltando cómo esta situación afecta directamente a su capacidad para sustentarse económicamente. A través de entrevistas a informantes clave de diferentes ámbitos del sistema de medios de Chile, la investigación problematiza la importancia de las políticas de comunicación y de las ayudas directas para el fomento de los medios locales y de los sistemas de medición de audiencias, como instrumentos para favorecer la viabilidad económica de estos medios.

El monográfico cierra con el aporte de Fernando Tucho, José M<sup>a</sup> García de Madariaga y Miguel Vicente, quienes centran su análisis en la sostenibilidad medioambiental de la comunicación y sus tecnologías en el actual contexto de digitalización y globalización. En este capítulo los autores destacan la ausencia de neutralidad en las tecnologías, señalan el componente ideológico y económico en su desarrollo a través de mecanismos como la obsolescencia programada, y resaltan el negativo impacto ecosocial que generan la extracción de recursos naturales para su manufactura, su uso intensivo y los ineficientes sistemas de desecho tras su vida útil. Su reflexión, apoyada en una amplia diversidad de datos estadísticos secundarios, incluye un análisis de la presencia de la sostenibilidad en los informes de responsabilidad social de las GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft), para destacar que los gigantes tec-

nológicos hacen uso de la sostenibilidad como instrumento de lavado de cara, sin afrontar los aspectos críticos antes reseñados.

Tal y como se aprecia, este libro incorpora en sus cinco capítulos una amplia diversidad de temas que interpelan a los principales ámbitos de la sostenibilidad de los medios de comunicación, en toda su diversidad. A través de estas contribuciones se analizan en detalle diferentes problemáticas, a la vez que se traza un horizonte para seguir discutiendo y perfilar una agenda para la teoría crítica y la economía política de la sostenibilidad de los medios digitales. En estas páginas se señala, así, la importancia de abrir la noción de sostenibilidad a toda una amplia diversidad de ámbitos que confluyen, aunque no se agotan, en la triple línea de fondo: económica, social y medioambiental. A su vez, se reivindica la importancia de incorporar la sostenibilidad como modelo integral para gestionar los medios de comunicación y sus tecnologías, y se evidencia cómo su instrumentalización o aplicación parcial e incompleta repercute en la falta de democratización de las comunicaciones. En definitiva, a través de este libro se identifican los retos y dificultades de la sostenibilidad de los medios bajo las actuales condiciones materiales, a la vez que se reivindica la diversidad de sus ámbitos de actuación y la oportunidad que representa para construir modelos, estructuras y prácticas de comunicación más justas y participadas en lo económico, lo social y lo medioambiental.