

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

Capítulo 2

Título del Capítulo

«Sostenibilidad jurídica de los medios
comunitarios. Aproximación al contexto
iberoamericano»

Autoría

Luis Alain de la Noval Bautista

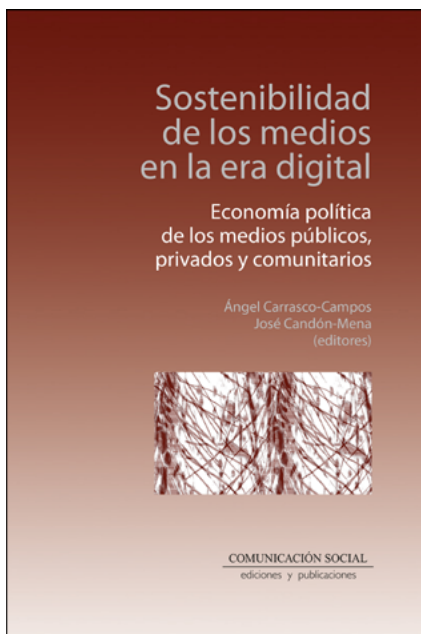
Cómo citar este Capítulo

De la Noval Bautista, L.A. (2024):

«Sostenibilidad jurídica de los medios
comunitarios. Aproximación al contexto
iberoamericano». 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/c2.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
3. Sostenibilidad de los medios de comunicación del tercer sector en México. Una ruta para su fortalecimiento a través de la experiencia, latinoamericana, <i>por María Consuelo Lemus Pool;</i> <i>César Bárcenas Curtis</i>	69
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

4. Sostenibilidad financiera y datos industriales: el caso de la TV regional, local y comunitaria en Chile, <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
5. El reto de la sostenibilidad medioambiental de los medios en la era de las tecnologías digitales, <i>por Fernando Tucho; José M^a 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

Sostenibilidad jurídica de los medios comunitarios. Aproximación al contexto iberoamericano

Luis Alain de la Noval Bautista
Universidad de Sevilla

El texto que se propone hace una descripción reflexiva mediante la aplicación de una metodología documental que permite una aproximación a la dimensión política-jurídica de la sostenibilidad de los medios comunitarios en el contexto iberoamericano. Para ello se aplica como métodos y técnicas de investigación la revisión bibliográfica, el análisis documental y el análisis de contenido a las fuentes primarias sobre legislaciones sobre medios en Argentina, Brasil, El Salvador, Ecuador, España, Perú y Portugal y al *Informe sobre políticas públicas y entornos regulatorios para la sostenibilidad de los medios comunitarios y de proximidad en América Latina*, publicado por el Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia (OBSERVACOM, 2022), proyecto auspiciado por el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC). Este análisis se centró en aspectos relacionados con la democratización de la información y la comunicación; el reconocimiento al tercer sector de la comunicación; el acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico; la concepción de la sostenibilidad; la participación y control ciudadano; el acceso, uso de las TIC y alfabetización mediática;

la equidad socio-cultural y ecológica y la regulación del discurso de odio. A partir de estos resultados, se ofrecen consideraciones finales sobre avances y limitaciones en el marco regulatorio existente en estos países de la región.

1. Introducción

Actualmente se producen cambios importantes sobre las formas de gestión y producción comunicativa de los medios de comunicación como resultado del desarrollo de la economía política de la comunicación, los adelantos tecnológicos, así como la creciente disputa por una comunicación participativa, alternativa y popular que sea desde, para y con la ciudadanía. Esto implica que la relación entre la producción de contenidos de los medios y la ciudadanía adquiera un conjunto de cambios significativos, a partir de procesos comunicativos de abajo hacia arriba y horizontales, donde los sujetos y la acción colectiva juegan un papel fundamental. De esta forma, categorías como esfera pública participativa, periodismo ciudadano, medios y participación ciudadana, forman parte de la agenda investigativa y de las prácticas profesionales del campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social. En este sentido, el tercer sector de la comunicación, social-comunitario, ha demostrado que cumple una función importantísima en el desarrollo de la sociedad y en el mantenimiento de la cultura y de la identidad local, dándole voz a los diferentes grupos sociales, culturales, y políticos, marginados o invisibilizados.

Los medios de comunicación comunitarios contribuyen al fortalecimiento de la democracia, la libertad de expresión con responsabilidad social, la diversidad cultural y la promoción de derechos humanos. La ciudadanía necesita medios propios para manifestar sus opiniones, valoraciones, aspiraciones, inquietudes y organizarse. Estos medios conciben los procesos de conceptualización, producción, distribución, evaluación, recepción, uso y apropiación de contenidos y productos comunicativos para satisfacer las necesidades de información, educación, entretenimiento y movilización para la acción social de la ciudadanía y otros actores claves del desarrollo, desde un fuerte compromiso social con el desarrollo humano-sostenible y la justicia ecológica-social, donde intervienen un conjunto de mediaciones económicas, políticas, sociales, culturales, jurídicas, tecnológicas, institucionales e individuales.

Los medios comunitarios se enfrentan constantemente al reto de la sostenibilidad de sus procesos de gestión y transformación social. La mayoría de los modelos de sostenibilidad de medios comunitarios se centran en dimensiones económicas e infraestructurales, lo cual constituye un enfoque reduccionista de concebir la rentabilidad de estos. De ahí la pertinencia de la articulación de modelos híbridos que combinen de forma armónica y sistémica otras dimensiones: políticas, jurídicas, institucionales, estructurales, tecnológicas, socioculturales, ecológicas, entre otras.

En el texto que se presenta se profundiza en la dimensión jurídica de la sostenibilidad de los medios comunitarios, a partir del análisis crítico de los marcos

regulatorios de la comunicación en países de la región iberoamericana: Argentina, Brasil, El Salvador, Ecuador, España, Perú y Portugal.

2. Fundamentos Teóricos

2.1. Los medios comunitarios

Entre los elementos conceptuales que se vinculan con la economía de los medios de comunicación se pueden mencionar: las formas de propiedad, las formas de gestión, los modos de financiamiento y la administración de los fondos disponibles. En tal sentido, cuando se habla de formas de propiedad y de funcionamiento de los medios se distinguen tres tipos o modelos de servicio: propiedad privada o comercial; propiedad pública o del Estado y propiedad social o comunitaria.

Cada una de estas tres formas de sistemas de propiedad tienen diferentes lógicas de producción comunicacional. En el primer caso, predomina la lógica de la rentabilidad económica, que es la que identifica a los medios comerciales. En el segundo, la principal característica es el servicio público, aunque en ocasiones se hace proselitismo partidario. En el tercer caso, prima una lógica de rentabilidad sociocultural.

Existen diversas conceptualizaciones para referirse a los medios que tienen como eje de identidad el derecho a la comunicación: comunitarios, alternativos, libres, ciudadanos, participativos, radicales, educativos, de resistencia, entre otras denominaciones. Todas estas definiciones tienen en común que es una «co-

municación orientada al cambio social, tanto por sus contenidos, como por sus estructuras organizativas participativas, democráticas, transparentes, procurando así una coherencia entre su discurso y su praxis» (Barranquero; Baeza, 2010: 6). «Los modelos de medios son modelos de país. En esta situación, hay que recuperar el sentido común, el de la gente, el de los ciudadanos, el del bien público, el de la democracia» (Rincón, 2010: 5).

Democratizar la comunicación es promover procesos de interacción social, el intercambio de símbolos, experiencias en condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación, con lo cual se garantiza una comunicación horizontal y el reconocimiento y ejercicio efectivo del derecho humano a la comunicación en sus múltiples expresiones.

Por tanto, debemos contribuir a que la comunicación sea un proceso y una herramienta que permita defender los auténticos intereses de la ciudadanía. Estaríamos entonces en presencia de una comunicación endógena, concientizadora, para el desarrollo y el cambio social democrático. A ello contribuye en gran medida el tercer sector: social-comunitario.

Los medios comunitarios responden a un modelo de autogestión donde predomina la toma de decisiones colectivas y son reconocidos por su producción de todos los actores sociales involucrados. Se definen por sus objetivos, finalidad social, contenidos comunicacionales y participación comunitaria, y no por su potencia, ubicación geográfica o alcance, por lo que el término comunitario se asume como comunidad de intereses. Contribuyen a generar procesos de cambio

social, a partir de la construcción de ciudadanía activas mediante la reapropiación de los medios.

Constituyen un instrumento para alcanzar altos índices de desarrollo humano, social y local. Para ello se valen de diversos recursos comunicativos que les permiten constituirse en fuentes de información alternativa a la de los medios tradicionales. Recursos como códigos propios, la visibilización de actores sociales, el reconocimiento de la diversidad y la pluralidad, y el rescate de las raíces, costumbres y tradiciones culturales forman parte de sus características esenciales.

Comparten una serie de criterios que los definen y diferencian de los medios hegemónicos tradicionales, entre los que se pueden mencionar: la difusión de lo local; la participación ciudadana en la gestión, producción y control; la expresión cultural; la promoción de la educación y la recreación (De la Noval, 2018: 61).

Entonces, los medios comunitarios como actores sociales informan, educan, involucran, integran, proponen y construyen nuevas realidades sociales; ahí radica su gran importancia, lo que demuestra su responsabilidad social. Como mediadores culturales, posibilitan reforzar o transformar determinadas visiones del mundo. Se trata de fortalecer la capacidad comunicativa de la sociedad para que ella misma pueda expresarse por los medios. Además contribuyen a la construcción de la paz, la superación de la pobreza y la exclusión social y constituyen un componente fundamental en las estrategias de desarrollo social.

Por tanto, es necesario pensar y gestionar la producción comunicativa para este tipo de medios locales, populares, educativos, comunitarios, participativos y ciudadanos en el marco de un sistema comunicativo integral. Estas formas de producir la comunicación, comprometida con el cambio social y el desarrollo, no se pueden analizar de forma aislada del resto del sistema de medios de comunicación, por lo que el nivel de incidencia debe trascender al modelo de comunicación imperante en la sociedad.

2.2. Sostenibilidad de los medios comunitarios

Gumucio (2005:13) considera que para garantizar la sostenibilidad de los medios comunitarios y experiencias de comunicación participativa son «necesarias la sostenibilidad social, la sostenibilidad institucional y la sostenibilidad económica». Para este autor, estos tres componentes (social, institucional y económico), deben tomarse en cuenta para lograr un equilibrio que permita la permanencia y el desarrollo de los procesos de comunicación participativa. Sin embargo, estos procesos no son homogéneos; por ello se debe tomar en cuenta la especificidad, diversidad de las experiencias y los contextos económicos, políticos y socio-culturales en los que se desarrolla.

Otra propuesta que enriquece las diversas formas de pensar la sostenibilidad de los medios comunitarios es la que realiza el Laboratorio de Comunicación y Cultura COMandalucía de la Universidad de Málaga. Este grupo de investigación liderado por el profesor e investigador Manuel Chaparro ha trabajado en la

aplicación de indicadores con resultados positivos, desarrollando así el Índice de Rentabilidad Social en Comunicación (IRSCOM). «En esta matriz de indicadores destacan cinco categorías: Gestión; Capital social; Articulación territorial; Programación; Presencia en internet e Infraestructuras» (El Mohammadiane; Espinar, 2019: 190-191).

La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación:

Es siempre multidimensional, no solo procede de factores económicos, sino de una combinación de dimensiones: los modelos de gestión y organización del medio; el marco jurídico y político, la relación con las comunidades y organizaciones del entorno social, mediáticas, etc. Cualquier decisión en torno a la sostenibilidad tiene que favorecer su orientación hacia la diversidad cultural y el compromiso ético de construir sociedades más inclusivas, justas y solidarias [...]. La sostenibilidad político-legal abarca la extensa diversidad de políticas públicas y regulaciones que estimulan y protegen el crecimiento y sustentabilidad del tercer sector, así como la promoción de la alfabetización digital, mediática e informacional, o distintas vías de colaboración entre el sector público, privado y comunitario (Barranquero; Candón, 2021: 4-5).

Por tanto, a partir de los aportes de los autores antes mencionados, la sostenibilidad de los medios de comunicación comprometidos con la ciudadanía hay que gestionarla a través de modelos híbridos donde se articulen las garantías políticas e institucionales para

un efectivo ejercicio al derecho a la comunicación, diversas formas de financiamiento económico, la participación como eje central para la gestión y producción de contenidos, el trabajo en red con diferentes actores del desarrollo, capacidad tecnológica, transparencia y control ciudadano sobre los medios. Asimismo, se deberá prestar especial atención a un enfoque de justicia social sustentado en la equidad de género, racial, etaria, territorial y socio-cultural. En el presente texto solo se profundiza en la dimensión jurídica, pues esta es el objeto de la unidad de análisis.

2.3. Sostenibilidad Jurídica

La regulación de los medios de comunicación en cada país ha asumido procedimientos ajustados a sus propias circunstancias económicas, políticas, culturales, tecnológicas y jurídicas. La regulación es ampliamente comprendida como «el establecimiento, monitoreo y la sanción de reglas generales, que limitan la libertad de acción individual por el interés general» (Mauersberger, 2016: 25).

El modelo de regulación de la información y la comunicación está en gran medida implícito en el propio sistema social en que ella actúa, ya que está estrechamente vinculada al sistema de la propiedad y control sobre los medios, la relación con el sistema político y sus objetivos, al ordenamiento legal, a la ideología dominante y a la identidad de cada sociedad.

La regulación en información y comunicación puede explicarse desde los conceptos esenciales de la teoría general de sistemas; pues las organizaciones mediá-

ticas operan como sistemas abiertos que interactúan con otros sistemas del entorno: económico, político, jurídico y socio-cultural.

La ideología dominante en la sociedad, con sus atributos de valores, principios, hábitos, costumbres y normas deontológicas, impregna todo este complejo de relaciones. Por tanto, para que funcione un sistema de regulación comunicativa es necesario que este dialogue con una adecuada autorregulación; pues en el caso de los medios, se suponen, condicionan y complementan recíprocamente.

Como norma, la regulación y sus instancias actúan sobre los contenidos que ofrecen las organizaciones mediáticas, al influir en el contexto de la comunicación, es decir, en su entorno, sus condiciones, sus compromisos políticos, sus marcos legales, económicos y culturales y de otro tipo; mientras que la autorregulación, también interviene sobre los contenidos de forma directa, mediante las normas de funcionamiento interno de los medios.

La institucionalización de esa regulación debe estar basada en las garantías constitucionales para promover la democratización de la información y la comunicación, definida como:

Proceso de (re)estructuración del sector de los medios a través de la regulación y las políticas de comunicación, basado en los derechos a la comunicación, con el fin de facilitar condiciones de acceso equitativo a los medios en términos tanto de su recepción como de su diseminación, sin considerar estatus social, posición, etnia, género o clase (Mauersberger, 2016: 26).

Entonces, las políticas públicas de información y comunicación constituyen los principios, lineamientos, pautas, reglas, estrategias y prácticas de ordenamiento, regulación, gestión, financiamiento y formulación de programas, proyectos, planes y acciones relativas a las actividades y procesos de la producción comunicativa pública, en todos sus niveles y ámbitos de actuación, en función de un modelo de sociedad democrática.

La autorregulación-regulación, desde una posición humanista, liberadora y transformadora favorece el diálogo social, entendido este en el sentido participativo, plural, inclusivo, horizontal y emancipador que contribuye a la formación de sujetos críticos, capaces de cambiar su entorno y realidad social. Es por ello que deben establecerse políticas de acceso, responsabilidad y propiedad de los medios de comunicación, en forma tal de poder orientar el libre y responsable uso, acceso, producción y apropiación de los productos comunicativos.

La información y la comunicación se conciben como derechos humanos. En este sentido, el Estado juega un papel fundamental para garantizar estos derechos a todos los ciudadanos, a través de políticas públicas y marcos jurídicos que estimulen y protejan el tercer sector de medios: social-comunitario. Estas políticas y leyes deben incluir menciones específicas a los medios comunitarios, los cuales desempeñan un papel fundamental en el empoderamiento de la ciudadanía, para los procesos de desarrollo en la sociedad, la defensa de la identidad y la cultura autóctona de las comunidades; la implementación de programas de alfabetización digital, mediática e informacional; la

participación como eje transversal a todo el proceso de producción comunicativa; así como fomentan el respeto a la dignidad, la diversidad y pluralidad de criterios.

3. Metodología

La metodología que se siguió para la obtención, análisis e interpretación de los resultados fue de investigación documental, usual en los estudios del campo de la comunicación social. Para ello se aplicó como métodos y técnicas de investigación la revisión bibliográfica, el análisis documental y el análisis de contenido. Se parte de la premisa de que la revisión documental:

No debe concebirse desde actitudes reproductivas de quién dijo qué, sino que ha de orientarse más bien a realizar una interpretación creativa de la literatura a partir de diálogos entre el revisor y el campo y de cara a generar nuevas direcciones para la investigación y la acción (Montuori, citado en Barraquero, 2019: 4).

El análisis de contenido se centró en aspectos relacionados con la democratización de la información y la comunicación; el reconocimiento al tercer sector de la comunicación; el acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico; la concepción de la sostenibilidad; la participación y control ciudadano; el acceso, uso de las TIC y alfabetización mediática; la equidad socio-cultural y ecológica y la regulación del discurso de odio.

Se determinó como unidad de análisis de la investigación los documentos normativos-jurídicos que regulan los medios de comunicación en el contexto iberoamericano. Para ello se seleccionaron las leyes de comunicación de países como Argentina, Brasil, El Salvador, Ecuador, España, Perú y Portugal, así como el *Informe sobre políticas públicas y entornos regulatorios para la sostenibilidad de los medios comunitarios y de proximidad en América Latina*, publicado por el Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia en el año 2022, proyecto auspiciado por el Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC).

La selección muestral obedeció a criterios de comprensión y pertinencia atendiendo a:

- Representación geográfica: Península Ibérica, Centro América y América del Sur.
- Países pioneros en la legislación sobre medios comunitarios.
- Países con marcos regulatorios y enfoques actuales.
- Diversidad en cuanto a los contextos políticos, económicos, sociales y culturales.

Tabla 1. Listado de documentos analizados.

Países	Legislaciones/Decretos/Resoluciones
Argentina	Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA).
Brasil	Lei nº 9.612 de 19 de fevereiro de 1998 - Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária.
Ecuador	Ley Orgánica de Comunicación (modificada por Ley Nº. 0, de 20 de Febrero del 2019).
El Salvador	Ley de Telecomunicaciones. Decreto Legislativo Nº 142 de 6 de noviembre de 1997. Decreto Nº34 de 2019. Reformas al Reglamento de la Ley de Telecomunicaciones.

Países	Legislaciones/Decretos/Resoluciones
España	Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.
Perú	Ley N° 28278 de Radio y Televisión (2015). Ley N° 30216 de formalización y promoción de empresas de radiodifusión comunitaria, de radio y televisión, en zonas rurales y lugares de preferente interés social y modificatoria de la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión).
Portugal	Ley N° 27/2007, de 30 de julio (versión actualizada). Ley de servicios de televisión y audiovisuales
América Latina	Informe sobre políticas públicas y entornos regulatorios para la sostenibilidad de los medios comunitarios y de proximidad en América Latina, publicado por el Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia (OBSERVACOM, 2022).

4. Aproximación al marco regulatorio-jurídico de los medios comunitarios en el contexto iberoamericano

4.1. Democratización de la Información y la Comunicación

Todos los marcos jurídicos y normativos de los países analizados del contexto iberoamericano: Argentina, Brasil, El Salvador, Ecuador, España, Perú y Portugal expresan entre los principios fundamentales que la información y la comunicación constituyen derechos humanos para la gestión del conocimiento y el desarrollo de la sociedad; sin embargo se limitan a entenderlo desde la libertad de expresión, libertad de pensamiento, pluralidad de información, veracidad y calidad de la información o acceso a la información; y no en su sentido más amplio y emancipador, donde la ciudadanía actúa como productora activa y protagonista de los procesos, prácticas y productos comunicativos, comprometidos con la justicia y la equidad

ecológica social. Destaca como uno los textos jurídicos más avanzados, en este sentido, la Ley Orgánica de Comunicación del 2013 de Ecuador; reformada en 2019, la cual plantea en su artículo 1 que esta tiene por objeto «desarrollar, proteger y regular, el ejercicio de los derechos a la comunicación».

4.2. Reconocimiento al tercer sector de la comunicación

Argentina, Brasil, El Salvador, Ecuador, España y Perú reconocen explícitamente en sus marcos regulatorios al tercer sector de la comunicación: social-comunitario. Portugal no define las características de estos medios, limitándose solo a aquellos de alcance local, mientras Brasil tiene una ley específica que regula a los medios comunitarios. Una de las definiciones más completas es la de Ecuador:

Los medios de comunicación comunitarios son aquellos cuya propiedad, administración y dirección corresponden a los movimientos y organizaciones sociales, colectivos, comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, universidades y escuelas politécnicas, mediante los cuales ejercen el derecho a la comunicación democrática. Los medios de comunicación comunitarios no tienen fines de lucro y su rentabilidad es social. Cuentan con un proyecto comunicacional que promueve la amplia participación y fortalecimiento de la comunidad a la que sirven y de la que son parte. Estos medios se definen por su programación pluralista, inclusiva, intercultural, académica, educativa y formativa, con enfoque de género, defensora de los derechos humanos y de la

naturaleza, orientada hacia la transformación social, el sistema de vida comunitario y el Buen Vivir. Su gestión técnica, administrativa y financiera será de carácter comunitario (Artículo 70, Ley Orgánica de Comunicación, modificada por Ley N°. 0, de 20 de Febrero del 2019).

Entre las principales características que definen a estos medios, según el marco normativo de estos países, se identifican:

- La gestión por organizaciones sin fines de lucro y de interés social.
- Su eje de identidad son los derechos a la información y la comunicación.
- Participación de la comunidad en la propiedad, el medio y la programación.
- Contribución al desarrollo equitativo, inclusivo y sostenible de las comunidades y sectores sociales.
- Pluralidad y diversidad cultural y lingüística.
- Fomento de la identidad y la transformación social comunitaria.

Argentina expone que no restringe los medios comunitarios a una cobertura geográfica, mientras otros países como Brasil y Perú limitan su alcance al ámbito local, rural o indígena. El término comunitario debería entenderse como comunidad de intereses y no circunscribirlo al ámbito geográfico-local.

El reconocimiento al tercer sector de medios, social comunitario, constituye un importante avance, que permite que estos actores claves en el desarrollo generen acciones que favorezcan la construcción de políti-

cas públicas participativas que conduzcan a la gestión de proyectos de cambio social democrático. Esto implica una reconfiguración de las prácticas, procesos y productos comunicativos de estos medios en diálogo con las instituciones públicas, organizaciones/empresas, el propio Estado y los demás medios privados y públicos, entre ellos mismos y con la sociedad en general, en función de construir ciudadanías activas.

4.3. Acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico

Argentina, El Salvador y Ecuador en sus documentos normativos protegen a los medios comunitarios a través del acceso equitativo a todas las plataformas de transmisión disponibles y la administración del espectro radioeléctrico, con base en criterios democráticos. Sin embargo, solo Ecuador expresa explícitamente en el artículo 106 de la Ley Orgánica de Comunicación, modificada por Ley N^o. 0, de 20 de Febrero del 2019, que se reservará hasta el 34% del espectro radioeléctrico al sector comunitario en función de la demanda y de la disponibilidad.

Estos países consideran que para el otorgamiento de frecuencias se seguirá el procedimiento bajo la modalidad de concurso, mediante criterios de competitividad y transparencia, donde se analice el estudio técnico, el plan de gestión y la sostenibilidad financiera. En este sentido, se puede observar una preponderancia de indicadores económicos e infraestructurales como factores determinantes, y no aquellas dimensiones relacionadas con el impacto socio-cultural, ambiental y transformador de los medios comunitarios.

España es otro de los países que regula el acceso a las frecuencias del espectro radioeléctrico mediante concurso y jerarquiza la dimensión económica, lo cual pone en desventaja al tercer sector de la comunicación. Por su parte, Perú en el artículo 10 de la Ley N° 30216 de formalización y promoción de empresas de radiodifusión comunitaria, de radio y televisión, en zonas rurales y lugares de preferente interés social y modificatoria de la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión, reserva las frecuencias para los medios comunitarios a través de un régimen preferencial. Este país considera como lugar de preferente interés social, entre otros criterios, a las localidades de mayor índice de pobreza.

Brasil establece un canal único y específico en el rango de frecuencias del servicio de radiodifusión sonora en frecuencia modulada, mientras Portugal no hace ninguna mención específica para medios comunitarios.

4.4. Sostenibilidad

A través del análisis documental y de contenido se pudo comprobar que en los marcos regulatorios-jurídicos de los países analizados predomina una tendencia economicista en la forma de concebir la sostenibilidad de los medios comunitarios y carecen de un enfoque sinérgico, holístico y de complementariedad con otras dimensiones: políticas, institucionales, infraestructurales, socio-culturales, tecnológicas, entre otras, presentes en estos documentos normativos.

Países como Argentina, Ecuador, El Salvador, Perú y Portugal establecen que los medios comunitarios pueden transmitir mensajes publicitarios, comercializar contenidos de producción propia y recibir donaciones, patrocinios, fondos nacionales y de la cooperación internacional y contribuciones de sus integrantes.

Por su parte, Brasil restringe el patrocinio en forma de apoyo cultural en el área de la comunidad, mientras España limita la comunicación comercial audiovisual del tercer sector de medios exclusivamente a «la actividad de personas físicas o jurídicas establecidas en el ámbito de cobertura del servicio, así como los anuncios de servicio público o de carácter benéfico» (BOE, 2022: 96151).

Un aspecto favorable a tener en cuenta es que países como Brasil, Perú y Ecuador contemplan la reducción o exoneración de los pagos de la tasa por explotación de los servicios de operación de las frecuencias de telecomunicaciones. Ecuador, además, establece tarifas preferenciales para los pagos de servicios básicos de agua, luz, teléfono y exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisiones comunitarias. El Salvador, desde su marco normativo, facilita el trabajo en redes con el objetivo de optimizar los costos y el uso de la infraestructura, permitiendo que los medios comunitarios se puedan asociar entre sí y con cualquier otro operador de telecomunicaciones para llevar sus contenidos al área de cobertura asignada.

4.5. Participación y control ciudadano

La participación en los procesos de producción comunicativa se entiende como:

La capacidad que tiene la ciudadanía de decidir, controlar, ejecutar y evaluar en todas las etapas de la producción comunicativa. Este proceso va desde la identificación de las necesidades y los problemas, la articulación de los objetivos, la formulación y negociación de propuestas hasta la conceptualización, postproducción, distribución y evaluación de los productos comunicativos (De la Noval, 2019: 988).

En este sentido, países como Argentina, El Salvador, Perú y Portugal asumen, desde sus marcos regulatorios, un compromiso con potenciar la participación ciudadana en los procesos de gestión y producción comunicativa. Brasil concibe este proceso a nivel de consulta, a través de sugerencias, reclamos y opiniones de los públicos sobre los contenidos de la programación. España no establece mecanismos de participación directa en los medios, pues los circunscribe a las plataformas para compartir vídeos.

España y Portugal delegan el control de los medios a las autoridades reguladoras audiovisuales, mientras países como Argentina, Ecuador y Perú conciben este proceso a través de un enfoque participativo, para lo cual disponen de estructuras como defensoría de los públicos, asambleas ciudadanas y audiencias públicas, respectivamente.

La participación de los sujetos en medios implica que sean capaces de decidir en los procesos sociales,

culturales, políticos y económicos que se dan en la sociedad; así como que sean capaces de realizar productos comunicativos. Por tanto, se hace necesario diseñar políticas, estructuras y estrategias de alfabetización digital, mediática e informacional que se complementen con normas, procedimientos y canales que posibiliten la formación de capacidades en la ciudadanía y una cultura de la participación. Para ello se requiere de nuevas pedagogías y espacios de comunicación que posibiliten la educación de los sujetos en derechos comunicativos y un equilibrio de poderes entre medios, política y ciudadanía, pues de esta forma contribuimos a mejorar las demandas de la ciudadanía en su rol de públicos de los medios.

4.6. Acceso, uso de las TIC y alfabetización mediática

Argentina, Ecuador, El Salvador, España y Portugal conciben el acceso y uso de las TIC desde un enfoque de accesibilidad universal para potenciar el disfrute de los derechos y oportunidades de desarrollo de la ciudadanía, para satisfacer sus necesidades informativas, culturales, educativas, de entretenimiento y la gestión del conocimiento. En el marco regulatorio de Perú se observa una tendencia más centrada en la optimización y calidad de los servicios tecnológicos.

Argentina, Brasil, Ecuador, España y Portugal plantean la necesidad de desarrollar la formación de capacidades, competencias y habilidades para el acceso, uso y manejo ético y responsable de la información y la comunicación, mientras El Salvador y Perú no

hacen menciones específicas a los procesos de alfabetización mediática e informacional.

En este sentido, uno de los marcos regulatorios más avanzados es el del Estado Español, el cual plantea como uno de sus objetivos:

Desarrollar competencias, conocimientos, destrezas y actitudes de comprensión y valoración crítica que permitan a los ciudadanos de todas las edades utilizar con eficacia y seguridad los medios, acceder y analizar críticamente la información, discernir entre hechos y opiniones, reconocer las noticias falsas y los procesos de desinformación y crear contenidos audiovisuales de un modo responsable y seguro» (BOE, 2022: 96135).

En todos los casos, se puede observar una tendencia hacia corregir la brecha digital y potenciar el acceso y uso responsable de los dispositivos digitales y de los medios de comunicación audiovisual, pero esta concepción debería extenderse a la necesidad de capacitar a los actores técnicos-profesionales especializados en medios con los presupuestos teóricos y prácticos relacionados con la participación en medios, así como garantizar que la ciudadanía sea capaz de producir productos comunicativos comprometidos con la justicia y la equidad ecológica social.

4.7. Equidad socio-cultural y ecológica

Argentina, Brasil, Ecuador, España y Portugal plantean en sus marcos regulatorios como principios fun-

damentales de la producción comunicativa la interculturalidad, basada en la diversidad de la expresión cultural, los conocimientos y las tradiciones, el uso y desarrollo de idiomas ancestrales y locales de los pueblos.

En cuanto al enfoque de equidad de género, preferencias sexuales, racialidad y condiciones sociales para el tratamiento plural, igualitario y no estereotipado, evitando todo tipo de discriminación, países como Argentina, Brasil, El Salvador, Ecuador y España hacen menciones específicas a este compromiso en sus marcos jurídicos. Perú y Portugal plantean estas dimensiones en términos generales, haciendo referencia a que la prestación de los servicios de producción comunicativa se rige por los principios de la defensa de los derechos fundamentales de las personas y el respeto a su dignidad.

Todos los países del contexto iberoamericano analizados protegen en sus marcos normativos a las personas en situación de discapacidad, así como a los colectivos vulnerables como niños, niñas, adolescentes y personas mayores. Para ello establecen que se debe utilizar el subtítulo oculto (*closed caption*), lenguaje de señas y audio-descripción, entre otras medidas de protección.

Argentina, El Salvador y España expresan de forma explícita su compromiso ambiental, donde destacan la necesidad de:

- Apoyar los proyectos que combinen el uso de medios de comunicación y de nuevas tecnologías para documentar y preservar los legados locales, lo que incluye el paisaje y la diversidad biológica.

- Armonización del uso y la explotación de las redes y la prestación de los servicios de telecomunicaciones, que faciliten un ambiente sano y ecológicamente equilibrado y amigable con la naturaleza.
- Fomento de contenidos audiovisuales que promuevan el respeto a la naturaleza, la preservación del medio ambiente y alerten de las consecuencias provocadas por el cambio climático.
- Promoción de contenidos audiovisuales que promuevan el bienestar de los animales.

4.8. Regulación del discurso de odio y exclusión social

De todos los marcos normativos de los países analizados solo Argentina, Ecuador, España y Portugal regulan de forma explícita el discurso de odio y exclusión social. En este sentido plantean:

- Promover la observancia de la paz.
- Prohibir toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio.
- Evitar contenidos que promuevan o inciten tratos discriminatorios o que promuevan cualquier tipo de violencia.

Es importante destacar que el análisis de los marcos jurídicos para la sostenibilidad de los medios comunitarios no debe limitarse al análisis del contenido de las normas y regulaciones, se requiere además evaluar cómo han sido implementadas estas políticas a los medios comunitarios en cada contexto particular, lo cual abre las posibilidades y necesidad de profundizar en

estos estudios. En este sentido, los problemas respecto a la puesta en práctica de lo dispuesto en los marcos normativos obedecen a diferentes causas, entre las que se pueden señalar:

- El retraso en el tiempo de la implementación de las medidas previstas en la normativa.
- La alternancia en los Gobiernos de algunos países. Los Gobiernos que impulsaron las reformas normativas que conllevaron el reconocimiento de los medios comunitarios, que mayoritariamente han sido de tendencia de izquierda, han mostrado un mayor interés en el desarrollo del sector. Mientras que los Gobiernos posteriores, especialmente cuando eran de tendencia contraria, han mostrado menor interés por el desarrollo del sector.
- El procedimiento para solicitar frecuencias contiene exigencias excesivas de documentación o resulta complejo para comunidades que no cuentan con experiencia en este tipo de trámites (García, en OBSERVACOM, 2022: 24).

5. Conclusiones

Se aprecia un importante impulso a nivel legislativo al reconocimiento de los medios comunitarios en Iberoamérica. Los marcos regulatorios actuales garantizan plataformas de transmisión disponibles y la administración del espectro radioeléctrico, sin embargo, en la práctica, esta mejora no ha significado la superación de la situación de exclusión de estos medios, ya que persisten obstáculos que frenan su desarrollo y soste-

nibilidad, según se pudo constatar en los documentos consultados.

Predomina una tendencia economicista en la forma de concebir la sostenibilidad de los medios comunitarios y la ausencia de un enfoque sistémico y de complementariedad con otras dimensiones: políticas, institucionales, socioculturales, ecológicas, tecnológicas, entre otras.

Los marcos jurídicos de los países analizados asumen un compromiso en el enfoque comunicacional para la equidad de género, preferencias sexuales, racialidad, personas en situación de discapacidad, evitando todo tipo de discriminación.

Se observa voluntad política para corregir la brecha digital y potenciar el acceso y uso responsable de los dispositivos digitales y de los medios de comunicación audiovisual. Sin embargo, estos documentos jurídicos no enfatizan en la necesidad de la formulación, implementación y evaluación de estrategias edu-comunicativas encaminadas a la formación de una ciudadanía crítica, comprometida con la acción transformadora y la justicia ecológica-social.

Ecuador y Argentina destacan como los países con los marcos regulatorios más avanzados en cuanto a las garantías y protección al tercer sector de la comunicación, mientras Portugal es el país que menos avances reporta.

Referencias

- Barranquero Carretero, A.; Saez Baeza, CH. (2010). Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación. Sección: Teorías y métodos de investigación en comunicación. Congreso Internacional AE-I C Málaga 2010. Comunicación y desarrollo en la era digital.
- Barranquero Carretero, A. (2019). Comunicación, ciudadanía y cambio social. Diseño de un modelo de investigación y acción para democratizar la comunicación desde la noción de reforma mediática. *Signo y Pensamiento*, 38(75). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp38-75.cccs>
- Barranquero Carretero, A.; Cándón-Mena, J. (2021). La sostenibilidad del Tercer Sector de la Comunicación en España. Diseño y aplicación de un modelo de análisis al estudio de caso de El Salto y OMC Radio. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 137, e71863. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71863>.
- BOE (2022). Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.
- Decreto N°34 de 2019. Reformas al Reglamento de la Ley de Telecomunicaciones de El Salvador
- De la Noval Bautista, L.A. (2018). La Radio Comunitaria en función del desarrollo. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 6 (2), 48-67. Recuperado de: www.revflaco.uh.cu/index.php/EDS/article/view/196
- De la Noval Bautista, L. (2019). Propuesta de un sistema participativo de producción comunicativa en la Radio Cubana. *Estudios Sobre El Mensaje Periódico*, 25(2), 979-994. <https://doi.org/10.5209/esmp.64820>
- El Mohammadiane Tarbift, A.; Espinar Medina, L. (2019). El Índice de Rentabilidad Social de las radios comunitarias, una herramienta para el fortalecimiento de la comunicación ciudadana. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 0(140), 195-214. doi:<https://doi.org/10.16921/chasqui.v0i140.3923>
- Gumucio Dagron, A. (2005). Arte de equilibristas: la sostenibilidad de los medios de comunicación comunitarios. *Punto Cero*, 10(10), 6-19. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181502762005000100002&lng=es&tl
- Lei n° 9612 de 19 de fevereiro de 1998 - Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária de Brasil.
- Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) de Argentina.
- Ley Orgánica de Comunicación (modificada por Ley N°. 0, de 20 de Febrero del 2019 de Ecuador.
- Ley N° 30216 de formalización y promoción de empresas de radiodifusión comunitaria, de radio y televisión, en zonas rurales y lugares de preferente interés social

- y modificatoria de la Ley 28278, Ley de Radio y Televisión) de Perú.
- Ley N° 27/2007, de 30 de julio (versión actualizada). Ley de servicios de televisión y audiovisuales de Portugal.
- Mauresberger, CH. (2016). *Advocacy Coalitions and Democratizing Media Reforms in Latin American*. Springer. DOI 10.1007/978-3-319-21278-4
- OBSERVACOM (2022). Entorno regulatorio y políticas públicas para la sostenibilidad de los medios comunitarios en América Latina. Programa Internacional para el Desarrollo de las Comunicaciones (PIDC) de UNESCO.
- Rincón, O. (2010). ¿Por qué nos odian tanto. *Estado y medios de comunicación en América Latina*. Centro de Competencias en Comunicación para América Latina.