

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



TESIS DOCTORAL

**Políticas públicas de la industria televisiva: el caso de
Honduras**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Amelia Argentina Espinoza Hulse

Directora

Ana Isabel Segovia Alonso

Madrid

© Amelia Argentina Espinoza Hulse, 2022

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

“POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA INDUSTRIA TELEVISIVA: EL CASO
DE HONDURAS”

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE
DOCTORA PRESENTADA POR

Amelia Argentina Espinoza Hulse

DIRECTORA

Prof.^a, Dra. Ana Isabel Segovia Alonso

MADRID, 2022

© Copyright 2022
AMELIA ARGENTINA ESPINOZA HULSE

Todos los derechos son reservados.

Agradecimiento

A YHWH de quien procede todo y está todo. A mis mejores amigos que tengo la dicha de llamar padres, gracias por su apoyo incondicional, por construir mi vida con amor y por enseñarme a nunca rendirme pese a las adversidades que se presenten, porque “una puerta siempre abre otra puerta”. A la amiga de años Ana Carlota, por estar presente y por compartir conmigo de su espíritu aguerrido y luchador. Al amigo José Ángel Andrade por impartir instrucción.

A mis profesores que me han motivado a amar mi profesión, desde pregrado figura el Lic. MauPin quien siempre nos animó a buscar la excelencia y a aportar desde la ciencia al desarrollo del país. A mi directora la Profa. Dra. Ana I. Segovia, estoy muy agradecida por compartir conmigo sus conocimientos, por llevarme de la mano y guiarme en este maravilloso proceso del aprendizaje, sus enseñanzas me hicieron ver el mundo desde una perspectiva mejor, gracias por su paciente orientación y constante supervisión.

Al licenciado Armando Sarmiento quien ha sido un mentor y me incentivó a trabajar por este proyecto ya que él cree en la educación. De la misma forma, a los Doctores Sobrino y Reyes por su ayuda y apoyo.

Al programa de becas 2020 y Hondufuturo por abrir espacios para que los jóvenes hondureños podamos especializarnos y así aportar al desarrollo y progreso de Honduras desde un enfoque académico y científico.

Agradezco a cada profesional, amigo y amiga que aportó ideas, me ayudó y me asesoró en el desarrollo de esta tesis, este proyecto no sería posible sin la ayuda de todos ustedes.

Dedicatoria

A Honduras, si es posible que juntos levantemos nuestra nación.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Abstract.....	7
Resumen	8
Résumé.....	9
Introducción.....	10
Resumen de los capítulos	13
Capítulo I. Planteamiento de la investigación	15
1.1 Justificación.....	15
1.2 Antecedentes de la TV en Honduras	39
1.2.1 Resultados de la encuesta de opinión.....	51
1.2.2 Resultados de entrevista a dueño de medio de comunicación.....	56
1.2.3 Resultados de entrevista a diputada del Congreso Nacional.....	59
1.3 Definición del problema	62
1.3.1 Preguntas de investigación	62
1.4 Objetivos de la investigación	62
1.4.1 Objetivo general.....	62
1.4.2 Objetivos específicos	63
Capítulo II. Marco teórico/conceptual.....	63
2.1 Aproximación a la Economía Política de la Comunicación	63
2.2 Políticas públicas de comunicación.....	77
2.2.1 Libertad de expresión/derecho a la información	87
2.2.2 Interés público/Servicio público.....	93
2.2.3 Regulación en el sector audiovisual.....	100
2.2.3.1 Autorregulación o autocontrol.....	104
2.2.3.2 Corregulación.....	107
2.2.3.3 Des-regulación.....	110
2.2.4 Concentración de la propiedad, antítesis de la pluralidad mediática.....	113
2.3 Las políticas públicas de comunicación en Latinoamérica.....	123
2.4 Retos de las políticas públicas audiovisuales.....	131
Capítulo III. Metodología.....	137
3.1 Delimitación del estudio	144

3.2 Diagrama sagital.....	145
3.3 Matriz metodológica.....	146
3.4 Técnicas e instrumentos aplicados	147
3.5 Procedimiento empleado.....	148
3.6 Fuentes de información.....	148
3.7 Limitantes del estudio.....	149
Capítulo IV. Resultados y Análisis	150
4.1 Caso: Bolivia	151
4.1.1 Generalidades	151
4.1.2 Aspectos políticos.....	152
4.1.3 Aspectos económicos actuales	155
4.1.4 Mercado audiovisual.....	156
4.1.5 Análisis judicial: Ley No. 164.....	158
4.2 Caso: Chile	164
4.2.1 Generalidades	164
4.2.2 Aspectos políticos.....	165
4.2.3 Aspectos económicos actuales	166
4.2.4 Mercado audiovisual.....	167
4.2.5 Análisis judicial: Ley 18.1838 y 20750	172
4.3 Caso: Colombia	176
4.3.1 Generalidades	176
4.3.2 Aspectos políticos.....	177
4.3.3 Aspectos económicos actuales	178
4.3.4 Mercado audiovisual.....	179
4.3.5 Análisis judicial: Ley 1978 de julio de 2019 y otras normativas del sector.....	184
4.4 Caso: Ecuador.....	190
4.4.1 Generalidades	190
4.4.2 Aspectos políticos.....	191
4.4.3 Aspectos económicos actuales	192
4.4.4 Mercado audiovisual.....	194
4.4.5 Análisis judicial: Ley Orgánica de Comunicación (LOC 2013)	197
4.5 Caso: Uruguay	203
4.5.1 Generalidades	203
4.5.2 Aspectos políticos.....	204

4.5.3 Aspectos económicos actuales	205
4.5.4 Mercado audiovisual	206
4.5.5 Análisis judicial: Ley N. 19307 y el nuevo proyecto de ley	210
4.6 Comparativo leyes de comunicación, 2011-2020 en Suramérica.....	218
4.6.1 Generalidades	218
4.6.2 Protección básica	222
4.6.3 Pluralidad del mercado.....	225
4.6.4 Inclusión social	228
4.6.5 Espectro radioeléctrico.....	232
4.6.6 Órgano regulador y de monitoreo.....	238
4.6.7 Televisión pública.....	247
4.6.8 Contenidos audiovisuales	252
Capítulo V. Aplicabilidad.....	274
5.1 Lineamientos generales para la formulación ética e integral de una política pública para la TTD (Televisión Terrestre Digital) en Honduras	274
5.1.1 Preámbulo.....	274
5.1.2 Primera	277
5.1.3 Segunda	278
5.1.4 Tercera.....	279
5.1.5 Cuarta	279
5.1.6 Quinta	280
5.1.7 Sexta	280
5.1.8 Séptima.....	280
5.1.9 Octava.....	286
5.1.10 Novena.....	287
5.1.11 Décima.....	288
Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones.....	289
6.1 Conclusiones	289
6.2 Recomendaciones	295
Bibliografía	302
Anexos.....	341
Anexo 1. Políticas públicas de comunicación Honduras. Entrevista	341
Anexo 2. Encuesta de opinión políticas públicas audiovisuales.....	342
Anexo 3. Análisis general legislaciones	331
Glosario	464

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Políticas públicas audiovisuales Latinoamericanas	21
Tabla 2. Lista de los Estados miembros y asociados de la UNESCO.....	32
Tabla 3. Señores mediáticos en Honduras.....	42
Tabla 4. Calificación de calidad en producción y contenidos televisivos.....	52
Tabla 5. Influencia de la TV en el hondureño	52
Tabla 6. Poder de los medios sobre la política.....	53
Tabla 7. Necesidad de PP para la calidad televisiva	54
Tabla 8. Modelo de control de la calidad televisiva hondureña	55
Tabla 9. Leyes de comunicación suramericanas aprobadas en el período 2011-2020.....	140
Tabla 10. Ficha. Marco jurídico y político audiovisual.....	142
Tabla 11. Matriz Metodológica.....	146
Tabla 12. Matriz Metodológico conceptual.....	147
Tabla 13. Generalidades según índices	218
Tabla 14. Variable de protección básica.....	222
Tabla 15. Variable pluralidad del mercado.....	225
Tabla 16. Variable inclusión social.....	228
Tabla 17. Variable espectro radioeléctrico	232
Tabla 18. Variable órgano regulador y de monitoreo	238
Tabla 19. Variable televisión pública.....	247
Tabla 20. Variable contenidos audiovisuales. Obligaciones legales.....	252
Tabla 21. Variable contenidos audiovisuales. Publicidad	254
Tabla 22. Variable contenidos audiovisuales. Cuota de programación	263
Tabla 23. Variable contenidos audiovisuales. Aviso de contenidos	265
Tabla 24. Variable contenidos audiovisuales. Clasificación horaria	267
Tabla 25. Variable contenidos audiovisuales. Apoyo a la producción nacional.....	268
Tabla 26. Variable contenidos audiovisuales. Protección infantil.....	269
Tabla 27. Variable contenidos audiovisuales. Sanciones	271
Tabla 28. Variable contenidos audiovisuales. Servicios OTT.....	272

Tabla 29. Leyes y reglamentos espectro radioeléctrico. Honduras.....	274
-----------------------------------------------------------------------------	-----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Legislaciones audiovisuales en Latinoamérica.....	23
Figura 2. Calidad en la TV hondureña.....	52
Figura 3. Influencia de la TV.....	53
Figura 4. Poder de los medios sobre la política.....	54
Figura 5. Necesidad de control de la TV.....	55
Figura 6. Modelo de regulación.....	56
Figura 7. Diagrama sagital.....	145
Figura 8. Etapas de investigación.....	151
Figura 9. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Bolivia.....	163
Figura 10. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Chile.....	175
Figura 11. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Colombia.....	189
Figura 12. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Ecuador.....	202
Figura 13. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Uruguay.....	217
Figura 14. Proceso de aplicabilidad, lineamientos generales.....	288



**FACULTY OF INFORMATIONAL SCIENCE
PUBLIC POLICIES FOR THE TELEVISION INDUSTRY:
THE CASE OF HONDURAS**

AMELIA ARGENTINA ESPINOZA HULSE

Abstract

From the political economy of communication perspective, it's established that Honduras doesn't have a regulation that organizes, supervises and sanctions an adequate broadcast of content on television. In order to solve this problem, it's necessary to develop a proposal of general guidelines for the formulation of a public policy for its television industry. Under a mixed approach, a comparative analysis of the laws that were approved in South America in the period 2011-2020 (Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador and Uruguay) was made in order to identify their good practices and learn about the development of the televisión public policies in the Latin American region. The results of the study indicated that the central debate in media regulation is to ensure freedom of expression and the control of monopolies that affects informational pluralism. Other topics developed in media regulation is inclusion, providing access to citizens with hypo-acoustics special abilities. Protection of children and adolescents is the central axis, establishing timetable protection for all audiences and placing labels in the classification programming. To preserve and promote national identity, some laws establish local production shares and have created financial programs to support the independent audiovisual production. Regulation in advertising is generally oriented in establishing restrictions in propaganda of politicians and the promotion in consumption of alcoholic beverages, tobacco and other drugs. The Content Regulatory Committee or Commission with sanctioning faculties, is the protagonist to ensure that the citizens can participate in denouncing bad practices and reporting bad content in national television that doesn't contribute to the socio-cultural, educational and social development. Based on the results, a proposal was developed that suggests the strategic route for the Honduran television industry.

Key word: Political science, communications policy, national law and legislation, mass media, information.



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN
POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA INDUSTRIA TELEVISIVA:
EL CASO DE HONDURAS**

AMELIA ARGENTINA ESPINOZA HULSE

Resumen

Desde la visión de la economía política de la comunicación se establece que Honduras no cuenta con una normativa que organice, supervise y sancione, una adecuada emisión de contenidos en televisión. Con el objetivo de resolver dicho problema, se plantea la necesidad de elaborar una propuesta de lineamientos generales para la formulación de una política pública para su industria televisiva. Bajo un enfoque mixto se realizó un análisis comparado de las leyes que fueron aprobadas en Suramérica en el periodo 2011-2020 (Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay) con el fin de identificar sus buenas prácticas y conocer el desarrollo de las políticas públicas televisivas en la región latinoamericana. Los resultados indicaron que el debate central en regulación mediática es el de asegurar la libertad de expresión y controlar los monopolios que dañan el pluralismo informativo. Otro tópico que se desarrolla es la inclusión brindado acceso a personas con capacidades especiales, hipo acústicas. El cuidado y protección para la niñez y adolescencia es el eje central en la regulación de contenidos, estableciendo horarios infantiles para todo público y colocando rotulaciones para la clasificación en la programación. Para preservar y fomentar la identidad nacional, algunas leyes establecen cuotas de producción local y han creado programas de ayuda para la realización audiovisual independiente. La regulación en publicidad está orientada generalmente a establecer restricciones en la propaganda de políticos y consumo de bebidas alcohólicas, tabaco y otras drogas. El ente regulador de contenidos de carácter sancionador, es el protagonista para asegurar que la ciudadanía pueda participar denunciando malas prácticas y manifestarse en contra de los contenidos que se difunden en la TV nacional y que no contribuyen al desarrollo sociocultural, educativo y de sano entretenimiento del país. Con base a los resultados, se elaboró una propuesta que sugiere la ruta estratégica para la industria televisiva hondureña.

Palabras claves: Ciencias políticas, política de comunicaciones, derecho y legislación nacionales, medios de comunicación de masas, información.



**FACULTÉ DES SCIENCE DE L'INFORMATION
POLITIQUES PUBLIQUES DE L'INDUSTRIE DE LA TÉLÉVISION:
LE CAS DU HONDURAS**

AMELIA ARGENTINA ESPINOZA HULSE

Résumé

Du point de vue de l'économie politique de la communication, il est établi que L'industrie de la télévision au Honduras n'a pas une normatif qui organise, surveille et sanctionne, un bon contenu diffusé. Afin de résoudre ce problème, il est nécessaire d'élaborer une proposition de lignes directrices générales pour la formulation d'une politique publique pour son industrie télévisuelle. À travers d'un étude avec un perspective mixte, on a fait une analyse comparant les lois qui ont été adoptés au Amérique du Sud pendant le période 2011-2020 (La Bolivie, Le Chili, La Colombie, L' Équateur, et L' Uruguay), avec la but d'identifie leurs bonnes pratiques et d'en apprendre davantage sur l'évolution de la politiques publiques de télévision dans la région latino-américaine. Les résultats ont montré que, le dabat central et plus important en régulation des médias est garantir la liberté d'epression et contrôler le monopoles qui nuisent au pluralisme informatif. Il y a autres thèmes d'intérêt qui sont développés, l'inclusion, en donnant aux gens avec des capacités spéciales, hoquet acoustique. La surveillance et protection d'enfants et d'adolescents est le point central dans la régulation du contenu, définir les horaires des enfants pour tous le publique et étiqueter les classifications des programmes. Pour préserver et valoriser l'identité Nationale, quelques lois établissent des frais de production nationale et ont créé programmes d'aide pour la production audiovisuelle indépendante. La publicité de régularisation est orienté généralement à régler les restrictions de propagande politique et le consommation de boissons alcoolisées, le tabac et autres drogues. La Comission ou le Comité réglementation du contenu de caractère sanctionnat, est le protagoniste pour s'assurer que la population peut participer en signaler les mauvais pratiques et protester contre le contenu que sont diffusés à la télévision nationale et qu'ils ne contribuent pas au développement socioculturel, éducatif et divertissement sain dans le pays. Par rapport aux résultat des analyses, nous élaborons une proposition des lignes directrices générales qui suggère la voie stratégique pour l'industrie de la télévision au Honduras.

Mots clé: Science politique, politique des communications, législations nationales, médias, information

Introducción

En el presente corpus abordaremos las políticas públicas (PP) para la industria televisiva aprobadas en Suramérica en los últimos diez años para posteriormente centrarnos en Honduras. La televisión es una plataforma que tiene el poder de generar un impacto negativo o positivo en la población ya que modela estereotipos, es un portador de valores, crea identidades y puede llegar a presentar una realidad manipulada por intereses de grupos minoritarios de la sociedad dada la cobertura, los recursos visuales y sonoros que posee. El filósofo Bonet Perales (Suárez, 1999) detalla:

El mundo audiovisual está marcando las formas de pensar y de vivir de una gran parte de la población mundial, la revisión crítica de esta actividad profesional es sumamente necesaria, si no queremos quedar a merced de agentes sin escrúpulos que se sirven de la revolución mediática para obtener inmensos beneficios económicos, obviando toda responsabilidad moral ante la ciudadanía, a mayor poder mayor responsabilidad. (pág.33)

Este mismo concepto es desarrollado por Belando y Montiel (2020, pág. 228) donde puntualizan que “debido a la creciente influencia que los medios de comunicación tienen en la sociedad actual, esto nos obliga a hacer una reflexión sobre la función social de los sistemas y las estructuras de comunicación audiovisual”. Por otra parte, la historia y las investigaciones evidencian que los países con entornos mediáticos libres, con alta independencia política, plurales, socialmente inclusivos y que aseguran las protecciones básicas como el derecho a la información y a la libertad de expresión, entre otras, crean las condiciones para que la ciudadanía tenga las herramientas necesarias para poder tomar las

mejores decisiones, viéndose esto reflejado en el desarrollo sociocultural general del país (Centre for Media Pluralism and Freedom, 2017).

La finalidad del estudio sobre *Políticas públicas para la industria televisiva: El caso de Honduras*, se enfocó en realizar como primera etapa un análisis comparado de las leyes y reglamentos en comunicación audiovisual de países Suramericanos que han aprobado, reformado y ejecutado dichos estatutos en el período 2011-2020, dado que durante esta década muchos países aprueban por primera vez legislaciones específicas para la industria audiovisual y la emisión de sus contenidos, influenciados por el sistema de Estado Socialista, que se centra en un modelo anticapitalista con su línea de pensamiento utópico y racionalista, bajo los principios de la Economía Marxista, donde se busca el protagonismo de la población por medio de una democracia participativa que pretende reducir el dominio bipartidista de los poderes tradicionales de la nación (Medina Sierra, 2019).

Por otra parte, en este período se celebra internacionalmente por las Naciones Unidas el “Tercer Decenio Internacional para la Eliminación del Colonialismo (2011-2020)” (Naciones Unidas, 2001). Para alcanzar dicho objetivo es crucial que los países miembros adopten políticas para erradicar el racismo, dogmatismo hermético e imperialismo con el propósito de prosperar en los procesos de descolonización.

En esta primera etapa, se conocieron e identificaron buenas prácticas que deben de ser implementadas en la propuesta de: lineamientos generales para la formulación de una política pública para la Televisión Terrestre Digital (TTD) hondureña, entre ellas se pueden mencionar que el sistema de medios capitalista tiende a la concentración y para asegurar el pluralismo de ideas, libertad de expresión y diversidad, el Estado debe de intervenir para salvaguardar el interés público, esto por medio de un modelo de corregulación que asegure la participación de diferentes sectores, que aporten en la producción cultural nacional, con el

fin de desarrollar redes de influencia en las relaciones de poder bajo una nueva lógica de cooperativismo y bien común.

Sobre las políticas públicas es necesario que dichas normativas incorporen el tema de convergencia en el audiovisual, telecomunicaciones e internet, asignación equitativa de licencias entre los canales privados, públicos y comunitarios, apoyo a la producción audiovisual nacional por medio de cuotas de producción, aplicar restricciones horarias y de contenidos para la protección de menores, fortalecer de la televisión pública, establecer límites en publicidad, promover contenidos educativos y formativos en la programación, asegurar medidas de protección para los comunicadores, instaurar límites en la concentración de la propiedad para evitar los monopolios, promover códigos de ética para los comunicadores y asegurar el derecho a la información.

Como segunda etapa, una vez realizado el análisis comparado se planteó la necesidad de que la televisión hondureña debe de formular una política pública para propiciar el desarrollo sociocultural en la nación, influenciando así la creación de nuevos modelos estratégicos de comunicación, que debe ser regulada y apoyada por medio de políticas gubernamentales y de la industria, para que se promueva la participación de la ciudadanía y cumplir así con el propósito de servicio público.

Resumen de los capítulos

Esta tesis doctoral se organiza en seis apartados. En el Capítulo 1. Planteamiento de la investigación, se sustenta sobre la necesidad del estudio de la Economía Política de la Comunicación y se identifican ejemplos de regulación a medios en el Continente Americano, que respaldan la importancia de la temática. Se evidencia la urgencia de normar y organizar el sector televisivo en Honduras, por la influencia que tiene esta plataforma en la sociedad actual, además se identifica que en el país no se han realizado investigaciones científicas e iniciativas de estudio en materia televisiva, lo que conduce al interés por conocer cómo otros países vecinos de Suramérica han aplicado y sancionado sus leyes y así identificar sus buenas prácticas.

Seguidamente, se construyeron las preguntas de investigación y objetivos, enmarcados en dar respuesta a: establecer cómo desarrollar un estudio comparado de leyes de comunicación, conocer cuáles son las variables que se regulan en una política pública televisiva, y finalmente indicar cómo debe ser una propuesta de plan de políticas públicas televisivas óptimo para la sociedad hondureña.

En el capítulo 2. Marco teórico, inicia con el estudio de la Economía Política de la Comunicación, políticas públicas de comunicación y sus cuatro áreas prioritarias: libertad de expresión, interés público, concentración de la propiedad y modelos de regulación. Además, se indaga por conocer la evolución histórica de las políticas públicas de comunicación en Latinoamérica. El capítulo concluye definiendo los retos que se enfrentan al formular políticas públicas comunicacionales, que se relacionan con las nuevas formas de consumo audiovisual, la convergencia mediática y la participación ciudadana para hacer frente a la cultura de corrupción política.

En el capítulo 3. Metodología, se establece la delimitación del estudio y se define el enfoque, las técnicas e instrumentos para la recolección y análisis de información. Se utilizó un enfoque mixto que permitió obtener información de tipo numérico y contextual. Las variables definidas se seleccionaron en base a indicadores internacionales de desarrollo mediático y pluralismo, mediante el uso de una matriz y ficha.

En el capítulo 4. Resultados y análisis, se toma en consideración las legislaciones suramericanas que fueron aprobadas en el periodo 2011-2020 y que norman la emisión de contenidos televisivos. Se analizó individualmente los sistemas comunicacionales de Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay, para luego, proceder a realizar un análisis comparado de las variables: Protección básica, pluralidad del mercado, inclusión social, espectro radioeléctrico, órgano regulador y de monitoreo, televisión pública y contenidos audiovisuales.

El capítulo 5. Aplicabilidad, establece los lineamientos generales para *la formulación ética e integral, de una política pública para la televisión terrestre digital en Honduras*, en base a los resultados del análisis donde se identificaron las buenas prácticas de los países objeto de estudio.

El capítulo 6. Conclusiones y recomendaciones, da respuesta a los tres objetivos planteados, desde una perspectiva crítica y se propone como recomendación indagar y estudiar los nuevos modelos de consumo audiovisual relacionados a los servicios OTT, así como actualizar la normativa en comunicación según el desarrollo del ecosistema mediático.

Capítulo I. Planteamiento de la investigación

1.1 Justificación

Existen múltiples teorías y paradigmas que nos afirman sobre el impacto, importancia e influencia que tienen los medios de comunicación sobre las sociedades y personas, estas tesis fundamentan la necesidad de estudio y la importancia que las autoridades políticas, académicas y sociales deben de dar a las mismas¹. El papel del Gobierno debe de ser en todo momento el de velar por el desarrollo, legislar bajo la premisa del interés y concepto público en un estado de bienestar, que es definido por Fernández de Soto (2013) “donde el sector público garantiza un nivel de vida digno a sus ciudadanos por medio de la provisión de bienes públicos como la defensa, justicia, obras públicas en educación, sanidad, vivienda, cultura, etc.” (pág. 97).

En Latinoamérica es conocido el problema que los canales de televisión que han sido establecidos con fondos gubernamentales se han utilizado como plataformas para difundir propaganda del Gobierno en vigor, manejándose como un medio para informar y establecer su agenda política. Becerra y García afirman que (2012):

Frente a los medios estatales, que sirven de brazo propagandístico de los gobiernos, el papel de los medios públicos latinoamericanos debería servir para informar, educar y entretener pensando en el interés general de una sociedad, de forma plural, no excluyente y recogiendo la realidad de sus respectivos países. (pág. 167)

¹ Entre ellas el análisis del cultivo de Gebner, la teoría de los usos y gratificaciones de Katz, Blumer y Guveritch, la teoría de la espiral del silencio de Noelle-Neuman, El paradigma de Lasswell y la teoría del medio de McLuhan.

Por otro lado, los canales comerciales y privados tienen una trayectoria que en la mayoría de los casos han operado bajo la premisa neoliberal de la liberalización de mercado, teniendo como principio el generar ganancias económicas para sus dueños y/o cumplir con presiones políticas y no el de ser una plataforma de servicio público para la ciudadanía que consolide la participación ciudadana “como un mecanismo mediante el cual el ciudadano puede presentar solicitudes e iniciativas para ofrecer colaboración a la autoridad pública, en la ejecución de una obra o la prestación de un servicio, para beneficio de la comunidad” (Poder Legislativo, 2006).

En la actualidad, cada vez son más los países que incorporan dentro de su legislación nacional estatutos y códigos para ordenar el crecimiento de las industrias culturales. El término industria cultural es definido por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2013), y se refiere a “todas aquellas industrias que producen y distribuyen bienes y servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener” (pág.7).

En esa misma línea, Mastrini (2013) define que los medios de comunicación forman parte de las industrias culturales y si bien, existen otras formas de expresiones artísticas la mayor parte de consumos y articulación entre productores y públicos, se ha logrado a través de estas plataformas audiovisuales, “esto significa que las industrias culturales, una de las formas económicas de la producción cultural, contienen al sector de la comunicación masiva de carácter comercial incluyendo la televisión” (pág. 34).

El término de *Industria cultural* ha evolucionado, los primeros en acuñar esta expresión fueron los académicos críticos Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, en 1944 al estudiar sus funciones simbólicas, así lo detalla Rey (2013):

Para salir de este laberinto epistemológico, la denominada economía de la cultura se atrevió a replantear la capacidad de las creaciones culturales para generar recursos económicos y nos dio a conocer la expresión en plural y en sentido positivo. Aparecían así las industrias culturales, en 1966 en el artículo de publicado por Performing arts: the economic dilemma, como la designación más apropiada para conciliar la mirada de lo económico con el carácter de lo auténtico no masivo de los bienes y servicios culturales. (pág. 17)

Fue hasta el año de 1975, que la revista *Jornal Cultural Economic* la reconoce como un campo de estudio, hasta 1992 *The American Economic Association* la estableció como una disciplina. Garnham (2011) destaca que los medios de comunicación enfatizan las formas simbólicas para producir, distribuir y consumir mercancías en el mercado capitalista:

Las industrias creativas son el nuevo sector clave del crecimiento de la economía, tanto nacional como globalmente, y, por tanto, y en función de la decadencia del sector manufacturero, son la fuente del futuro crecimiento del empleo de las ganancias de exportación. (pág.40)

Por su parte, la Comisión Europea (2018) a través de su programa Europa Creativa se refiere a ellas como sector cultural y creativo (*Cultural and Creative Industries*) y las separa según sus funciones. Las industrias culturales son las que se dedican a la producción, distribución y administración de bienes y servicios culturales, por ejemplo: videojuegos, prensa y la televisión. Las industrias creativas son las que producen tomando en cuenta prioritariamente la dimensión cultural y artística como una expresión, por ejemplo la publicidad, arquitectura, estudios artísticos y trabajos autónomos.

Un ejemplo sobre estos estudios de industrias culturales y su impacto en el crecimiento económico, son los realizados por los académicos Becerra y Mastrini (2009), detallado en su libro *Dueños de la Palabra*, donde registran información correspondiente al año 2004 y a las tendencias registradas del siglo XXI, en el que ya se confirmaba claramente la necesidad de analizar la estructura y concentración de los medios de comunicación en Latinoamérica y España. El estudio se fundamenta sobre la importancia de temas como: pluralismo, diversidad, concentración, y a las modalidades de censura directas e indirectas, mismos que ya habían sido planteados en estudios anteriores por académicos como Verbitsky, Arbilla y Matterlat, entre otros (pág.13).

En este vademécum se evidencia, cómo las industrias culturales se consolidaron por medio de la concentración de la propiedad, dominio del mercado infocomunicacional y su generación de riquezas, demostrando cómo la ausencia de políticas públicas crea las condiciones para que la desigualdad aumente y existan limitantes para el acceso a la información, entre otros problemas sociales que se detallarán a lo largo de esta tesis.

Bajo el marco de industrias culturales se identifica al sector audiovisual, “la Comisión Europea considera que el sector audiovisual es crucial para proteger la soberanía y diversidad cultural y lo comprenden las actividades de cine, radio y televisión, vídeo y multimedia”, debido a los avances tecnológicos y digitales en la actualidad la forma de producción y consumo de estos ha cambiado (Comisión Europea, 2021). Aún cuando las cinco actividades culturales forman parte del audiovisual y se relacionan entre sí, cada medio posee características propias, en cuanto a su estructura, producción, comercialización y consumo. La presente tesis se enfoca en estudiar la televisión, sin menospreciar las otras actividades que según el objetivo se complementan.

Es así como surge el interés por conocer cómo otros países suramericanos han formulado y aplicado políticas públicas en la televisión. Ex ante, de ejecutar una política pública la eficacia de esta es hasta cierto grado, incierta, tomando en cuenta que no se sabe con exactitud qué sucederá; hasta que la política pública sea puesta en práctica, se sabrá si ayudó o no a resolver un problema. ¿Por qué esta afirmación? Porque la realidad y el contexto social puede cambiar de un momento a otro, porque los intereses dentro de la sociedad pueden ser inciertos y aunque se realicen proyecciones y se planteen escenarios en prospectiva, nada se puede dar por sentado.

Es por lo antes expuesto, que se postula que una política pública, ex ante, es un supuesto, un proyecto que pretende (en el mejor escenario) dar solución a un problema, pero en papel. Verificar ex post, si la implementación y ejecución de la política pública ha resuelto un problema es esencial ya que, por medio del conocimiento, la evaluación, monitoreo y la implementación de estudios comparativos se podrá, en cierta medida, aminorar la incertidumbre y fundamentar la propuesta normativa.

Queda evidenciado, que no existe un método exacto para esta temática, dada las características idiosincráticas; por consiguiente, lo que ha funcionado para algunos países podría ser que, por las características económicas, geopolíticas, sociales y culturales de Honduras no sea aplicable; en este sentido, se pueden identificar las mejores prácticas (*Smart practices*) y realizar un *benchmarking*, tal como lo manifiesta Verhulst y Price (2008):

Los estudios comparativos en el campo de las políticas públicas de medios pueden darnos un mejor conocimiento sobre los patrones y estructuras de los medios de comunicación de cada país y así identificar las mejores prácticas en el mundo para la regulación de las nuevas tecnologías de la comunicación, mismas que están condicionados casualmente por circunstancias sociales, políticas, económicas,

históricas y geográficas... La demanda de investigación comparada crece cada vez más y es más que evidente que las estructuras y los patrones de comunicación contemporáneos solo pueden entenderse desde una perspectiva comparativa. (pág.1)

Al respecto, García y Segovia (2017) afirman “que las buenas prácticas para el audiovisual es toda aquella acción, puesta en marcha por uno o más agentes sociales, cuyo objetivo es proteger y/o promocionar la diversidad en cualquiera de las fases de la industria” (pág.160). A su vez, amplían el concepto de que una buena práctica es algo que funciona, mientras que una mejor práctica significa tomar la excelente acción posible y una *smart practice* es cuando los esfuerzos realizados se aplican según lo más conveniente, lo más inteligente y se emplean en un momento determinado, en concordancia al propósito, contexto y respuesta que se espera.

Siguiendo el programa de la UNESCO, *Management of Social Transformations* (2017) este plantea que hay cuatro características comunes de toda buena práctica; *es innovadora* ya que busca nuevas soluciones a los problemas y supera las dificultades, *es efectiva* porque tiene un impacto positivo y consigue el objetivo trazado, *es sostenible* ya que perdura en el tiempo y relevante ya que es *potencialmente replicable* y puede ser implementado como un modelo transformador a seguir.

Por consiguiente, al ejecutar una comparación legislativa audiovisual entre países suramericanos, se conocerán las buenas y malas prácticas, pudiendo proponer así, lineamientos para la creación de las políticas públicas audiovisuales de la industria televisiva hondureña, con el fin de traer desarrollo a la nación desde el campo de estudio de la comunicación.

A continuación, se detalla un cuadro resumen de los países Latinoamericanos que cuentan con un ente regulador de telecomunicaciones o contenidos audiovisuales, una Ley General de Comunicación Audiovisual o Ley de Telecomunicaciones y su respectivo año de creación.

Tabla 1. Políticas públicas audiovisuales Latinoamericanas ²

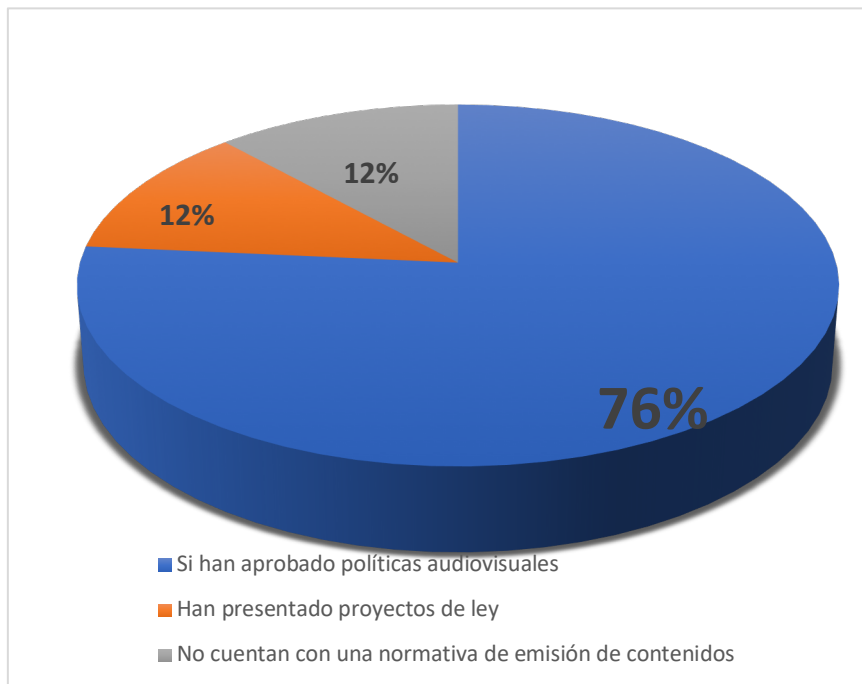
País	Ente regulador	Año creación del ente	Ley o normativa de comunicación	Año de aprobación de la ley
República Argentina	Ente Nacional de Comunicaciones ENACOM	2015	Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual de la República Argentina	2009
Estado Plurinacional de Bolivia	Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes ATT	2009	Ley 164 de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación de Bolivia	2011
República Federativa do Brasil	Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL)	1997	Código Brasileiro de Telecomunicações - Ley N° 4117 Compilada	1962
			Ley N° 11652 / 13.417	2008
República de Chile	Consejo nacional de televisión (CNTV)	1989	Ley 18838	1989
			Última versión	2017
			Ley General de Telecomunicaciones n° 18.168	1982
			Ley Empresa Televisión Nacional de Chile n° 19.132.	1992
			Ley de Servicios de Radiodifusión Comunitaria n° 20.433. *Es solo para radio	2010
República de Colombia	Comisión Nacional de Televisión (CNTV)	2019	Ley 1978	2019
			Ley 182	1995
			Ley 335	1996
			Ley 680	2001
			Ley 1369	2009
República de Costa Rica	Superintendencia de Telecomunicaciones (Sutel)	2008	Ley general de telecomunicaciones N.º 8642	2008
			Ley de radio	1954
			Proyecto de ley Expediente N.º 20.446	2017
República de Ecuador	Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom)	2013	La ley orgánica de comunicación <i>Derogado en mayo de 2021</i>	2013

² El concepto de política pública es definido en el epígrafe del marco teórico.

País	Ente regulador	Año creación del ente	Ley o normativa de comunicación	Año de aprobación de la ley
República de El Salvador	Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones SIGET	1996	Ley general de telecomunicaciones	1996
			Propuesta de Ley de espectáculos públicos, cinematografía, medios de comunicación y publicidad. No aprobada aún.	2018
República de Guatemala	Superintendencia de Comunicaciones SIT	1996	Ley General de Telecomunicaciones (LGT)	1996
			Reforma decreto número 34-2012	2012
			Ley de Radiocomunicaciones	1966
República de Honduras	Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL	1995	Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones	1995
			Reformas a la Ley decreto No. 325	2014
Estados Unidos Mexicanos	Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)	1977	Ley Federal de Radio y Televisión	1960
			Ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión	2014 2021
República de Nicaragua	Instituto Nicaragüense de Telecomunicaciones y Correos (TELCOR)	1982	Ley General de Telecomunicaciones y Servicios Postales, Ley 200	2005
República de Paraguay	Comisión Nacional de Telecomunicaciones del Paraguay (CONATEL)	1995	Ley de telecomunicaciones 642	1995
Panamá	Dirección de Medios de Comunicación Social	2005	Ley de radio y televisión y el contenido de la información	1999
República del Perú	Consejo Consultivo de Radio y Televisión	2004	Ley de radio y televisión	2004
República oriental del Uruguay	Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual	2005	Ley de medios, regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual	2014
República Bolivariana de Venezuela	Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel)	2000	Ley de responsabilidad social en radio, televisión, y medios electrónicos	2010

Nota. Esta tabla muestra los entes reguladores, leyes de comunicación y su año de creación en Latinoamérica.

Figura 1. *Legislaciones audiovisuales en Latinoamérica*



Nota. El gráfico representa el estado de aprobación de políticas públicas audiovisuales en Latinoamérica.

De acuerdo con el gráfico anterior, solo el 12% de los países en Latinoamérica no han aprobado una normativa audiovisual; entre ellos Paraguay y Honduras. Asimismo, El Salvador y Costa Rica se encuentran en revisión de sus respectivas propuestas de leyes. En el caso de Costa Rica es imperante resaltar la participación de la academia a través de la Universidad de Costa Rica (UCR), donde por medio de su Consejo Universitario (2017) se emitió un pronunciamiento, sobre la necesidad de contar con una nueva ley de radio y televisión, dado que se había anunciado el apagón analógico en el país, por la obsolescencia de la ley de radio que data de 1954 que no contempla a la televisión, y por la preocupación en cuanto al aseguramiento de los medios comunitarios como plataformas educativas, entre otras.

Es así como la UCR impulsa y apoya el proyecto de iniciativa popular, “La Ley Participativa de Radio y Televisión”, mecanismo creado desde el 2006 que da la oportunidad

a la ciudadanía de recolectar firmas, proponer leyes o bien reformarlas y presentarlas ante la Asamblea Legislativa, quien ha sistematizado un proceso y reglamento para recibir y analizar dichas propuestas. En el 2015, se presentó el *proyecto de ley de radio y televisión* ante la Asamblea Legislativa y aunque hasta la fecha la respuesta no ha sido favorable, este movimiento social que busca que se respete el derecho a la comunicación, sigue reuniendo a ciudadanos, comunicadores, docentes, estudiantes, activistas, profesionales del derecho, la radiodifusión y las telecomunicaciones, para promover una política pública audiovisual nacional plural, justa y acorde al contexto costarricense (Universidad de Costa Rica, 2016).

La televisión es una ventana de conocimiento para la sociedad, su importancia en la cotidianidad debe de ser motivo suficiente para que los grupos políticos y legisladores nacionales impulsen la creación, compilación, aprobación y reformas de políticas públicas audiovisuales. Para el caso de Honduras, que aún no cuenta con una normativa de emisión de contenidos audiovisuales, es necesario proponerlas con el fin de desarrollar la industria y así fomentar los valores morales y culturales en la ciudadanía hondureña por medio de esta plataforma. Con este fin, se identifica que la aplicación de una normativa legal mediática, reconfigura las relaciones de poder dentro de la sociedad y los temas de cómo legitimidad, pluralismo, diversidad y estructuras sociales cobran mayor importancia.

De los países Latinoamericanos enunciados en la Tabla 1, ya se han elaborado estudios comparativos puntuales sobre sus políticas audiovisuales³; sin embargo, hasta la

³ Algunos ejemplos: “Políticas públicas de comunicación. Estudio comparativo de las legislaciones de Argentina y España por Marina Hernández”, Leyes de medios de Chile y Argentina: tan cerca tan lejos por Pedro Santander”, “Legislación y medios comunitarios: Análisis comparativo de Bolivia y Venezuela por Gómez y Ramos”, Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional merco sureña. Período 1991-2007 por Daniela Monje”, La televisión pública es el canal que nunca se ve. Estudio de las políticas de comunicación para Canal 7 de Argentina y TV Brasil (2003-2011) por Cecilia Labate”, Políticas públicas de comunicación, cambios y permanencias en las estructuras de los sistemas audiovisuales análisis comparado de los casos de Colombia y Venezuela (2000-2014) por Ava Gómez” ...

fecha no se ha realizado una prospectiva comparada, de todas las legislaciones Suramericanas aprobadas durante la década del 2011-2020, con el fin de identificar similitudes, diferencias y buenas prácticas, para aplicarlas posteriormente a la propuesta del plan de políticas públicas para la industria televisiva terrestre digital en Honduras.

A manera de ejemplo introductorio, para evidenciar y justificar la actualidad del tema de estudio de la presente tesis, se citan brevemente cuatro casos de países por región: Argentina por Suramérica, desde 1980 hasta el 2009 no se sancionó una normativa en medios y el proceso de creación de su política pública fue inclusiva y participativa, evaluada por académicos y expertos como un avance en materia de comunicación significativo para el país y la región, aunque en la actualidad. El Salvador por Centroamérica, ya que recientemente han creado una propuesta de ley.

Se proponen dos ejemplos por Norteamérica: México y Canadá. Por su parte, México aunque se ubica geográficamente a la parte de Estados Unidos posee características (condiciones de vida de su población, desarrollo sociocultural, economía, percepción de corrupción e impunidad, índices de pobreza, entre otros) muy semejantes a los de Honduras y no a la de sus dos poderosos vecinos de habla inglesa. El caso de México es un ejemplo sugerente ya que es un país que posee una gran variedad de recursos naturales y una larga tradición cultural en producción televisiva, sin embargo, pese a que fueron de los primeros en desarrollar la industria en la región, no han podido hacer frente a los problemas de concentración, aseguramiento de la libertad de expresión, protección a periodistas y libertad editorial.

Por otra parte, se seleccionó Canadá por la innovadora estrategia empleada para hacer frente a la influencia de su vecino Estados Unidos, quien controla a grandes escalas el

mercado audiovisual a nivel mundial. Combatir la hegemonía y dominio de este poderoso gigante es un reto de dimensiones magnas a la que Canadá a podido enfrentar.

En su orden, Argentina aprobó su ley de políticas públicas de comunicación en el 2009. Gonzales (2012, pág.17) explica que la estrategia de formulación y aprobación de esta normativa generó un nuevo panorama, ya que la ley se aprobó por medio de consensos contruidos, gracias a la celebración de foros participativos de consulta pública y el apoyo del parlamento. Se creó el consejo Asesor de Televisión Digital Terrestre, que dentro de sus funciones estaba el de “desarrollar una industria nacional de contenidos que preserve y difunda el patrimonio cultural y la diversidad de todas las regionales y que alimente de manera sistemática de contenidos para las nuevas señales del sistema desde una perspectiva federal y democrática”, esto incluye la necesidad de incorporar nuevos actores y la inclusión de otros actores, que habían estado olvidados dado el modelo mediático del país. De esta forma, el desafío no solo se centró en cubrir con las necesidades informativas, recreativas y formativas sino, la de construir una imagen propia desde la perspectiva de identidad e iconográfica Argentina.

En segundo lugar, en el país hermano de El Salvador, la Ley del Sistema Nacional de Prevención de Violencia, establece en su artículo 30 lo siguiente (Mejía, 2017):

Los medios de comunicación deberán contribuir con la promoción de la prevención de la violencia, la convivencia y la cultura de paz en la población, procurando la autorregulación ética de la información y contenidos no violentos, para no afectar la salud mental de la población, sin perjuicio del respeto a la libertad de expresión, de prensa y de información.

Sin embargo, hasta la fecha El Salvador no cuenta con políticas públicas de comunicación, el pasado 5 de octubre del 2018, se presentó una propuesta de ley para regular los contenidos en radio, televisión, espectáculos públicos, cine, publicidad e internet. Esta normativa planteada por el ministro de Gobernación, Arístides Valencia, tiene como énfasis la aplicación de derechos para los sectores más vulnerables de la sociedad (mujeres, niños, juventud y grupos minoritarios). Según el ministro Valencia esta ley consiste en dar al Ministerio de Gobernación un marco legal para poder actuar según parámetros establecidos acorde a los tratados internacionales, la Constitución de la República de El Salvador y sus leyes (Bizberge, 2018). Esta iniciativa actualmente está en pausa y poco o nada se ha hablado del tema desde que se presentó la propuesta en el 2018.

El tercer ejemplo es México, aun cuando la economía del país se basa en la exportación (industria automotriz, barriles de crudo, cerveza, aguacate, tomate, chile, tequila, etc.), existe una gran desigualdad social. El Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2021) revela que, de los 103 millones de habitantes, 55.7 millones viven en condiciones de pobreza, a raíz de la pandemia, se elevaron los índices de clasificación de pobreza extrema, de 8.7 millones en el 2018 a 10.8 millones para el 2021. Una de las principales fuentes de ingreso económicos de los mexicanos son las remesas que envían los emigrantes a sus familias. La periodista Cota (2021) detalla que “en los primeros seis meses de 2021 los envíos de dinero alcanzaron los 23.681 millones de dólares, más de los 19.290 millones de dólares que fueron enviados a México en 2020, un 22,4% más”.

En relación a su mercado de telecomunicaciones, el país la regula por medio de dos leyes: Ley Federal de Telecomunicaciones y Ley Federal de Radio y Televisión. Estas leyes han pasado por procesos de reformas y contrarreformas. Entre ellas se destaca en el 2006 la llamada “Ley Televisa” aprobada por el presidente Fox, fue altamente cuestionada por

favorecer el duopolio del Grupo Televisa y TV Azteca. En el 2014 enmarcado en el Pacto por México⁴, el presidente Peña Nieto realizó contrarreformas constitucionales en Telecomunicaciones entre las disposiciones se detalla: La revocación de independencia del Instituto Federal de Telecomunicaciones (ITF), el órgano regulador de medios de comunicación, quien dependería de la Secretaría de Gobernación de la Presidencia de la República, la censura en internet, desaparición del sector comunitario de la radiodifusión y el atraso en materia de medios públicos en reducir su presupuesto, entre otros (OBSERVACOM, 2014).

En esa misma línea, Beauregard (2014) destaca que un mexicano promedio ve al día cuatro horas y 45 minutos de televisión. La reforma que ejecutó Peña Nieto a la que se apodó “Ley Peña Televisa”, eximió a esta casa televisora, que domina el 70% del mercado audiovisual, a transmitir contenido de productores independientes. Concluyendo, que esta ley no priorizaba la protección de las audiencias, ya que promovía la desregulación de la industria televisiva.

Se agrega que el sistema de medios en México está controlado por dos principales grupos: Televisa y Salinas, el Media Ownership Monitor México, lo detalla:

Grupo Televisa tiene dos canales de televisión abierta (Las Estrellas y Foro TV), además de una radiodifusora (W Radio) y un sitio de internet (Televisa.com). Grupo Salinas cuenta con los canales Azteca uno y ADN 40; otro competidor en televisión abierta es Imagen TV, que a su vez controla Imagen Radio, excelsior.com y el diario Excélsior. El

⁴ Los partidos políticos PAN, PRD Y PRI, firmaron un pacto en el 2012, que consistía en acuerdos sobre reformas estructurales nacionales. Esta fue la base para reformar el marco jurídico de telecomunicaciones y radiodifusión.

canal de cable Milenio TV participa con milenio.com y el periódico Milenio (MOM, 2019).

El gasto en publicidad estatal, también ha estado concentrado. Fundar, Centro de Análisis e Investigación (2017), institución que documenta y monitorea el gasto en publicidad oficial del Gobierno Mexicano, en su informe *Contar lo bueno cuesta mucho* detalla que entre el 2013 y 2016 el mandato de Enrique Peña Nieto destinó el 35% de su inversión publicitaria para pautar en TV, Televisa con un 17% y TV Azteca con 10%, los beneficiados.

México es de los países más peligrosos para ejercer el periodismo. De 2000 a 2021, se registran 145 periodistas asesinados a causa de su labor informativa. De estos, 47 se registran durante el mandato de Enrique Peña Nieto y 25 en el actual Gobierno de Andrés Manuel López Obrador (Article 19, 2021). En el índice de Chapultepec que mide los niveles de libertad de prensa, México se ubica en el lugar 16, de 22 países, con 49.21 puntos de un total de 100, bajando 5 niveles en relación con el al año anterior (El País, 2021).

Plata (2014) comparte que regular los medios de comunicación en México es tarea difícil debido a que la clase política, “mantiene históricamente una estrecha relación, familiar y empresarial con los llamados barones de la industria de la radiodifusión, que le ha impedido avanzar en una reforma estructural con visión democrática, ya que todo cambio puede afectar sus propios intereses”. En México prevalece la premisa de que, quien tiene poder económico y es dueño de medio de comunicación, puede imponer su agenda sobre el poder del Estado.

Durante el mandato actual del presidente López Obrador, se concretaron 11 reformas estructurales en el sistema político mexicano, Centeno (2021) señala que “la democracia mexicana tiene en el poder a un presidente que define a su Gobierno como pos neoliberal, sin embargo, está muy lejos de poder desmontar al neoliberalismo” (pág. 63).

Tras asumir el poder en diciembre de 2018, López Obrador inició a aplicar una serie de reformas en: el sector energético, competencia económica, recaudación de impuestos, préstamos bancarios, flexibilidad en el mercado laboral, educación, control de abusos de los poderes públicos, código penal, política electoral, transparencia y telecomunicaciones y radiodifusión (Carbonell, 2021).

Sobre esta última reforma, su intención fue la de reducir los precios de la telefonía, la televisión de pago y el Internet, con el propósito de que la ciudadanía se integrara a la sociedad del conocimiento, por medio del acceso de calidad a las tecnologías de la información y la comunicación y cerrar así la brecha digital. La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (Poder Ejecutivo Federal, 2021) publicada en el 2014 y reformada en el 2021, prioriza sobre los siguientes puntos:

1. Uso y explotación del bien público y escaso del espectro radioeléctrico
2. Telefonía fija y móvil
3. Contenidos de televisión restringida y abierta
4. Convergencia

Los principales beneficios se resumen en licitar nuevas cadenas de televisión con cobertura nacional para promover el pluralismo y respetar los derechos de las audiencias, que incluye entre otros, el de acceder a contenidos que promuevan la formación educativa, cultural y cívica, así como la difusión de información imparcial, objetiva y oportuna (IFT, 2021) .

En recientes declaraciones López Obrador se manifestó en contra de las Instituciones de regulación autónoma y expresa que trabajará en una reforma para eliminarlos, entre ellos se enlista: El Instituto Nacional de Transparencia (Inai), el *Instituto Federal de*

Telecomunicaciones (IFT), la Comisión Reguladora de Energía (CRE) y la Comisión Nacional de Hidrocarburos (CNH). Declarando lo siguiente:

Se crearon para aparentar de que iba a haber transparencia, de que se iba a combatir la corrupción, de que ya no iba a haber monopolio, cuando lo que han hecho es servir de cortinas de humo para que se cometan ilícitos y haya ocultamiento de información. Son como tapaderas, son organismos alcahuetes que justifican todo, no sirven, no benefician al pueblo, pero sí cuestan mucho mantenerlos. (Corona, 2021)

Organismos de la sociedad civil se manifestaron en contra de esta posición, puesto que se estaría violentando un derecho ciudadano, “los organismos reguladores realizan un contrapeso al poder frente a las arbitrariedades de las instituciones gubernamentales”, declaró, la organización Article 19 (Op. Cit). Otra de las reformas en las que trabajará López Obrador es en sancionar una ley que no condicione la pauta publicitaria a los medios que hablan bien de su Gobierno (Proceso, 2021).

Cada Gobierno es responsable de salvaguardar la identidad nacional y cultural de su ciudadanía, esto es aprobado y apoyado por organismos internacionales, tal es el caso de la UNESCO, donde en noviembre del 2001 publica la *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural* y en el 2005 realiza *La Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*, misma que entró en vigor en 2007.

El debate en rigor se centra según Rodríguez (2008, pág. 10) en que “los productos culturales no pueden ser percibidos más como simples mercancías; ellos representan más bien la expresión de las identidades nacionales que los afirman”. En ese sentido, el objetivo de crear un programa sobre la protección y promoción de la diversidad es evitar la homogeneización y preservar la identidad cultural de todos los pueblos y naciones. La

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, (2005) manifiesta:

La libertad de pensamiento, expresión e información, así como la diversidad de los medios de comunicación social, posibilitan el florecimiento de las expresiones culturales en la sociedad y que se reconoce que la diversidad de expresiones culturales, comprendidas las expresiones culturales tradicionales, es un factor importante que permite a los pueblos y las personas expresar y compartir con otros sus ideas y valores... Que las actividades, los bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben de tratarse como si sólo tuviesen un valor comercial... Que se reitera los derechos soberanos de los Estados a conservar, adoptar y aplicar las políticas y medidas que estimen necesarias para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales en sus respectivos territorios. (pp. 3-4)

Este proyecto enfatiza que la cultura no es una mercancía y debe de incorporarse como un elemento estratégico a las políticas de desarrollo nacionales e internacionales; a su vez, este convenio da a todos los Estados miembros la potestad de fomentar y proteger la producción cultural de su gente en el marco de un sistema globalizado, de los 191 países miembros de la UNESCO, 148 votaron a favor y sólo dos en contra: Estados Unidos e Israel. También hubo cuatro abstenciones: *Honduras*, *Nicaragua*, *Liberia* y *Australia*” (Kirschbaum, 2005) .

Tabla 2. *Lista de los Estados miembros y asociados de la UNESCO*

No.	Estados miembros	Fecha de aplicación
1	Afganistán	4 de mayo de 1946
2	Albania	16 de octubre de 1958
3	Alemania	11 de julio de 1951
4	Andorra	20 de octubre de 1993
5	Angola	11 de marzo de 1977

No.	Estados miembros	Fecha de aplicación
6	Antigua y Barbuda	15 de julio de 1982
7	Arabia Saudita	4 de noviembre de 1946
8	Argelia	15 de octubre de 1962
9	Argentina	15 de septiembre de 1948
10	Armenia	9 de junio de 1992
11	Australia	4 de noviembre de 1946
12	Austria	13 de agosto de 1948
13	Azerbaiyán	3 de junio de 1992
14	Bahamas	23 de abril de 1981
15	Bahrein	18 de enero de 1972
16	Bangladesh	27 de octubre de 1972
17	Barbados	24 de octubre de 1968
18	Belarrús	12 de mayo de 1954
19	Bélgica	29 de noviembre de 1946
20	Belice	10 de mayo de 1982
21	Benin	18 de octubre de 1960
22	Bhután	13 de abril de 1982
23	Estado Plurinacional de Bolivia	13 de noviembre de 1946
24	Bosnia y Herzegovina	2 de junio de 1993
25	Bostwana	16 de enero de 1980
26	Brasil	4 de noviembre de 1946
27	Brunei Darussalam	17 de marzo de 2005
28	Bulgaria	17 de mayo de 1956
29	Burkina Faso	14 de noviembre de 1960
30	Burundi	16 de noviembre de 1962
31	Cabo Verde	15 de febrero de 1978
32	Camboya	3 de julio de 1951
33	Camerún	11 de noviembre de 1960
34	Canadá	4 de noviembre de 1946
35	Chad	19 de diciembre de 1960
36	Chequia	22 de febrero de 1993
37	Chile	7 de julio de 1953
38	China	4 de noviembre de 1946
39	Chipre	6 de febrero de 1961
40	Colombia	31 de octubre de 1947
41	Comoras	22 de marzo de 1977
42	Congo	24 de octubre de 1960
43	Costa Rica	19 de mayo de 1950
44	Côte d'Ivoire	27 de octubre de 1960
45	Croacia	1º de junio de 1992
46	Cuba	29 de agosto de 1947
47	Dinamarca	4 de noviembre de 1946
48	Djibouti	31 de agosto de 1989
49	Dominica	9 de enero de 1979
50	Ecuador	22 de enero de 1947
51	Egipto	4 de noviembre de 1946
52	El Salvador	28 de abril de 1948
53	Emiratos Árabes Unidos	20 de abril de 1972
54	Eritrea	2 de septiembre de 1993
55	Eslovaquia	9 de febrero de 1993
56	Eslovenia	27 de mayo de 1992
57	España	30 de enero de 1953
58	Estonia	14 de octubre de 1991
59	Eswatini	25 de enero de 1978
60	Etiopía	1º de julio de 1955
61	Federación de Rusia	21 de abril de 1954
62	Fiji	14 de julio de 1983
63	Filipinas	21 de noviembre de 1946
64	Finlandia	10 de octubre de 1956
65	Francia	4 de noviembre de 1946
66	Gabón	16 de noviembre de 1960

No.	Estados miembros	Fecha de aplicación
67	Gambia	1º de agosto de 1973
68	Georgia	7 de octubre de 1992
69	Ghana	11 de abril de 1958
70	Granada	17 de febrero de 1975
71	Grecia	4 de noviembre de 1946
72	Guatemala	2 de enero de 1950
73	Guinea	2 de febrero de 1960
74	Guinea Ecuatorial	29 de noviembre de 1979
75	Guinea-Bissau	1º de noviembre de 1974
76	Guyana	21 de marzo de 1967
77	Haití	18 de noviembre de 1946
78	Honduras	16 de diciembre de 1947
79	Hungría	14 de septiembre de 1948
80	India	4 de noviembre de 1946
81	Indonesia	27 de mayo de 1950
82	República Islámica de Irán	6 de septiembre de 1948
83	Iraq	21 de octubre de 1948
84	Irlanda	3 de octubre de 1961
85	Islandia	8 de junio de 1964
86	Islas Cook	25 de octubre de 1989
87	Islas Marshall	30 de junio de 1995
88	Islas Salomón	7 de septiembre de 1993
89	Italia	27 de enero de 1948
90	Jamaica	7 de noviembre de 1962
91	Japón	2 de julio de 1951
92	Jordania	14 de junio de 1950
93	Kazajstán	22 de mayo de 1992
94	Kenya	7 de abril de 1964
95	Kirguistán	2 de junio de 1992
96	Kiribati	24 de octubre de 1989
97	Kuwait	18 de noviembre de 1960
98	Lesotho	29 de septiembre de 1967
99	Letonia	14 de octubre de 1991
100	Líbano	4 de noviembre de 1946
101	Liberia	6 de marzo de 1947
102	Libia	27 de junio de 1953
103	Lituania	7 de octubre de 1991
104	Luxemburgo	27 de octubre de 1947
105	Macedonia del Norte	28 de junio de 1993
106	Madagascar	10 de noviembre de 1960
107	Malasia	16 de junio de 1958
108	Malawi	27 de octubre de 1964
109	Maldivas	18 de julio de 1980
110	Mali	7 de noviembre de 1960
111	Malta	10 de febrero de 1965
112	Marruecos	7 de noviembre de 1956
113	Mauricio	25 de octubre de 1968
114	Mauritania	10 de enero de 1962
115	México	4 de noviembre de 1946
116	Estados Federados de Micronesia	19 de octubre de 1999
117	Mónaco	6 de julio de 1949
118	Mongolia	1º de noviembre de 1962
119	Montenegro	1º de marzo de 2007
120	Mozambique	11 de octubre de 1976
121	Myanmar	27 de junio de 1949
122	Namibia 27 de junio de 1949	27 de junio de 1949
123	Nauru	17 de octubre de 1996
124	Nepal	1.º de mayo de 1953
125	Nicaragua	22 de febrero de 1952
126	Níger	10 de noviembre de 1960
127	Nigeria	14 de noviembre de 1960

No.	Estados miembros	Fecha de aplicación
128	Niue	26 de octubre de 1993
129	Noruega	4 de noviembre de 1946
130	Nueva Zelandia	4 de noviembre de 1946
131	Omán	10 de febrero de 1972
132	Países Bajos	1º de enero de 1947
133	Pakistán	14 de septiembre de 1949
134	Palaos	20 de septiembre de 1999
135	Palestina	23 de noviembre de 2011
136	Panamá	10 de enero de 1950
137	Papua Nueva Guinea	4 de octubre de 1976
138	Paraguay	20 de junio de 1955
139	Perú	21 de noviembre de 1946
140	Polonia	6 de noviembre de 1946
141	Portugal	12 de marzo de 1965
142	Qatar	27 de enero de 1972
143	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	1º de julio de 1997
144	República Dominicana	4 de noviembre de 1946
145	República Árabe Siria	16 de noviembre de 1946
146	República Centroafricana	11 de noviembre de 1960
147	República de Corea	14 de junio de 1950
148	República de Moldova	27 de mayo de 1992
149	República Democrática del Congo	25 de noviembre de 1960
150	República Democrática Popular Lao	9 de julio de 1951
151	República Popular Democrática de Corea	18 de octubre de 1974
152	República Unida de Tanzania	6 de marzo de 1962
153	Rumania	27 de julio de 1956
154	Rwanda	7 de noviembre de 1962
155	Saint Kitts y Nevis	26 de octubre de 1983
156	Samoa	3 de abril de 1981
157	San Marino	12 de noviembre de 1974
158	San Vicente y las Granadinas	15 de febrero de 1983
159	Santa Lucía	6 de marzo de 1980
160	Santo Tomé y Príncipe	22 de enero de 1980
161	Senegal	10 de noviembre de 1960
162	Serbia	20 de diciembre de 2000
163	Seychelles	18 de octubre de 1976
164	Sierra Leona	28 de marzo de 1962
165	Singapur	8 de octubre de 2007
166	Somalia	15 de noviembre de 1960
167	Sri Lanka	14 de noviembre de 1949
168	Sudáfrica	12 de diciembre de 1994
169	Sudán	26 de noviembre de 1956
170	Sudán del Sur	27 de octubre de 2011
171	Suecia	23 de enero de 1950
172	Suiza	28 de enero de 1949
173	Suriname	1º de enero de 1949
174	Tailandia	16 de julio de 1976
175	Tayikistán	6 de abril de 1993
176	Timor-Leste	5 de junio de 2003
177	Togo	17 de noviembre de 1960
178	Tonga	29 de septiembre de 1980
179	Trinidad y Tobago	2 de noviembre de 1962
180	Túnez	8 de noviembre de 1956
181	Turkmenistán	17 de agosto de 1993
182	Turquía	4 de noviembre de 1946
183	Tuvalu	21 de octubre de 1991
184	Ucrania	12 de mayo de 1954
185	Uganda	9 de noviembre de 1962
186	Uruguay	8 de noviembre de 1947

No.	Estados miembros	Fecha de aplicación
187	Uzbekistán	26 de octubre de 1993
188	Vanuatu	10 de febrero de 1994
189	Venezuela (República Bolivariana de)	25 de noviembre de 1946
190	Viet Nam	6 de julio de 1951
191	Yemen	2 de abril de 1962
192	Zambia	9 de noviembre de 1964
193	Zimbabwe	22 de septiembre de 1980

Nota. Esta tabla muestra el listado de los países miembros de la UNESCO actualizado al 1 de enero del 2020. Tomado de la UNESCO (2020)

La televisión como medio es un recurso poderoso para promover la diversidad de expresiones. El imperialismo o hegemonías violentan un principio de igualdad y respeto para otras culturas. Canadá es un claro ejemplo de esta aplicación de principio, dicho país tiene por característica que tiene una baja densidad de población, 4 habitantes por Km² y asegurar que su ciudadanía consume productos nacionales para fomentar la identidad canadiense no es sencillo al considerar la era del libre mercado en la que se vive y que algunos países, como Estados Unidos, plantean que aplicar políticas culturales puede alterar la equidad de oportunidades y violentar con los tratados de libre comercio y su perspectiva mercantilista.

Según informes de *The Film Industry - Statistics & Facts* (Orús, 2020) Estados Unidos se encuentra en el primer lugar del ranking de las 15 principales productoras cinematográficas en función de la recaudación en taquilla a nivel mundial a fecha de marzo de 2020, pese a la pandemia del COVID-19 donde ciertos hábitos de consumo se modificaron, las películas de Universal Pictures recaudaron en taquilla un total de más de 42.500 millones de dólares estadounidenses.

The statistic provides data on leading film markets worldwide in 2018, ranked by their gross box office revenue. China was the second largest market in 2018, with a box office revenue of 9.15 billion U.S. dollars that year. The biggest film market was in the United States, which had a box office revenue of 11.08 billion in 2018. The highest grossing movie in 2017 in North America was 'Star Wars: The Last Jedi', which

generated over 620 million U.S. dollars at the box office. On a global scale, box office revenue is expected to continue growing and reach 49.3 billion U.S. dollars by the end of 2020. (Watson, 2019)

Para el año 2020 la industria cinematográfica era muy optimista al mostrar proyecciones de crecimiento, para su desdicha, la situación de alarma mundial del Coronavirus provocó que muchas salas de cine cerraran operaciones. La empresa estadounidense de investigación *COMSTORE* indica que “la taquilla del 2020 en Estados Unidos es de \$ 1.816 mil millones, muy por debajo en comparación con el año pasado, cuando fue de \$ 3.370 millones” (Clark , 2020).

No siendo este el caso de los servicios por suscripción, las plataformas de vídeo en *streaming*, (los más populares: Netflix, Amazon Prime Video, HBO MAX, Disney+ y Apple TV). Donde se evidencia que el infortunio de algunos es la oportunidad de otros, ya que estas empresas durante la pandemia han mostrado un aumento en sus suscripciones; por ejemplo, Netflix, empresa estadounidense que a julio del 2020 “suma 192.95 millones de suscriptores en todo el mundo y ha reportado un crecimiento anual de ingresos del 24.9 por ciento” (Ramos, 2020). En el primer trimestre del 2020 Netflix registró casi 16 millones de nuevos usuarios durante la pandemia:

En los tres primeros meses de su ejercicio fiscal, la firma ingresó 5.767 millones de dólares (5.311 millones de euros), un 27,6% encima de los 4.520 millones registrados en marzo del año pasado, y sus accionistas se embolsaron 1,61 dólares por título frente a los 0,79 de hace un año. En el periodo, ganó 15,77 millones de abonados, el equivalente a la mitad de los captados en todo el año pasado. Es el mayor incremento experimentado por la compañía en su historia y duplica las expectativas de los analistas para el periodo. (Monge, 2020)

También se suma Disney+ empresa perteneciente al gran tío Sam que ofrece un servicio de *streaming* de Disney, Pixar, Marvel, Star Wars y National Geographic y que inició a brindar sus servicios en Latinoamérica a partir del 17 de noviembre del 2020 a un precio de USD 5.99 mensuales o 59.99 un solo pago anual (Disney DTC LATAM, Inc., 2021).

Estas empresas estadounidenses antes mencionadas, controlan las líneas de producción y distribución de contenidos audiovisuales, de tal forma que sus productos y servicios son rápidamente consumidos en Latinoamérica, afectando así la forma en que las personas pueden ver y percibir el mundo e influenciando el desarraigo de identidad cultural nacional al adoptar e imitar otros estilos de vida.

En el proceso, Canadá identificó una oportunidad para resolver dicha problemática planteada por la UNESCO aplicando el CANCON (Canadian Content) Contents made by Canadians, el cual consiste en una política de cuotas respecto al contenido audiovisual difundido, a través de la formulación y aplicación de normativas que tienen como objetivo generar políticas de contenidos, fomentar la dualidad lingüística, apoyar la programación de asuntos públicos, y apoyar a la radiodifusión para las diversas comunidades de Canadá (CRTC, 2020). El Canadian Radio-television and Telecommunication Commission (CRTC) publicó el documento, “*Lets talk TV - The way forward - Creating and compelling and diverse Canadian programming*”, donde se plantea lo siguiente (CRTC, 2015):

This policy sets out the Commission’s findings on ways to build a future Canadian television system that encourages the creation of compelling and diverse programming made by Canadians. The policy is a result of the process initiated by Let’s Talk TV: A Conversation with Canadians and follows the Commission’s decisions regarding local over-the-air television and simultaneous substitution.

(pág.2)

La CRTC (por sus siglas en inglés), al fomentar la participación de los ciudadanos canadienses en temáticas culturales ha permitido el crecimiento de sus industrias artísticas y ha fortalecido la identidad nacional canadiense, a la vez que se han creado las condiciones para que su población pueda consumir productos culturales de diferentes países.

Tal y como señala Freedman (2008), las políticas de comunicación son políticas públicas que responden a un fin de características distintivas y problemas peculiares planteados por los medios de comunicación masiva. Refiriéndose a un proceso desinteresado donde dichos problemas son resueltos aplicando principios de interés público, a través de procedimientos técnicos a lo que se puede plantear como, una nueva forma de hacer las cosas (policy-making).

El modelo mediático actual donde predomina la ideología neoliberal cuida, prioritariamente los intereses de grupos de poder y una de las posibles formas de resolver dicha situación es por medio de la participación y consciencia ciudadana al exigir y hacer valer sus derechos, esto se puede lograr con el liderazgo y orientación de la academia que deberá de tener como característica principal la coherencia, sustento científico y desvinculación de intereses y compromisos políticos.

1.2 Antecedentes de la TV en Honduras

En Honduras, los hogares cuentan con acceso a la televisión, internet y telefonía móvil pese a las condiciones de pobreza, según el Banco Mundial (2020):

Honduras es un país de ingreso medio-bajo que enfrenta altos niveles de pobreza y desigualdad, un 48.3% de las personas viven en pobreza y el 22.9 % en pobreza extrema. El 38.4 % de los pobres reside en el área urbana y el 60.1 % lo hace en la zona rural. En las zonas urbanas el ingreso diario es de US\$3.60 al día y en el área

rural aproximadamente uno de cada 5 hondureños vive en pobreza extrema o con menos de US\$1.90 al día.

Existen 8.20 millones de móviles conectados, equivalentes al 83% de la población total (Honduras tiene una población de 9.3 millones de personas), hay 4.10 millones de usuarios en internet, con una penetración del 42% según el informe de *Digital 2020: Honduras* (Hootsuite and We Are Social, 2020). Por otra parte, la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (2020), ente estatal encargado de ejecutar, regular y coordinar las políticas de telecomunicaciones por medio de la asignación de las frecuencias, ha concedido hasta la fecha, 431 licencias vigentes de radiodifusión televisión a nivel nacional a 102 operadores.

Al igual que en cientos de países, en Honduras la libertad de expresión se encuentra detallada en La Constitución de la República de Honduras emitida en 1982, bajo el Decreto 31-82 en el artículo 72:

Es libre la emisión del pensamiento por cualquier medio de difusión, sin previa censura. Son responsables ante la ley los que abusen de este derecho y aquellos que por medios directos o indirectos restrinjan o impidan la comunicación y circulación de ideas y opiniones.

En esta norma constitucional se analiza que se expresa un derecho, pero a su vez, un deber, las responsabilidades que conlleva están ligados a valores como la veracidad, e imparcialidad de la información divulgada, lo que permite abrir un debate filosófico, ético y moral para determinar cuándo se hace uso del derecho a la libertad de expresión y cuándo se violenta y se abusa de este privilegio.

Por otra parte, aun cuando en Honduras existe una gran cantidad de medios de comunicación, el país no cuenta con una Ley General de Comunicación Audiovisual o Política Pública Audiovisual y un reglamento de emisión de contenidos. Hasta la fecha el único acercamiento realizado ha sido por la asociación de cine “Linterna Mágica”, (Criterio Hn, 2016) quienes presentaron en el 2016 un proyecto de ley para impulsar el cine nacional, misma que se aprobó en enero del 2019 y se publicó el 6 de diciembre del 2019 el decreto No. 3-2019 en el Diario Oficial La Gaceta (Poder Legislativo-Tribunal Superior de Cuentas, 2019).

Destacando al colegio de periodistas de Honduras, este ha promulgado dos documentos importantes, la ley orgánica del colegio de periodistas de Honduras y el código de ética profesional. En el primero, establece: que solamente los miembros del Colegio de Periodistas de Honduras, podrán ejercer el periodismo profesional en el territorio nacional y que su conducta está sujeta a las normas de la ética profesional, también establece en el “Artículo 42b Amonestación pública ante la Asamblea General por haber faltado a la ética profesional o atentado contra el decoro y prestigio de la profesión” (1979, pág. 13).

Sobre el código de ética (1979) este indica que se rige bajo la ley de emisión de pensamiento, ley orgánica de periodistas y demás leyes de la República de Honduras. Además, establece que todo colegiado debe de “estar al servicio del interés público de tal forma que contribuya al reforzamiento de los principios fundamentales del hombre, al desarrollo de un mejor conocimiento y a la mutua comprensión entre los pueblos” (pág. 1).

Referente al tema de concentración, Grupo Televisión es dueño de los canales: 3 Telesistema hondureño, 5 compañía televisora hondureña, 7 centroamericana de televisión, 24 MegaTV, 22 NTV digital, 23 (Canales 3 y 7 digital), 26 (Canal 5 digital); asimismo tienen más de 15 frecuencias de radios bajo el operador “emisoras unidas”, entre ellas: Radio

corazón 90.5 FM, Rock 'n pop 92.1, La voz de Honduras 92.9, FM 94 94.1, Radio suave 102.5, etc. (SITAE, 2021).

Waxenecker (2019) indica que los dueños de estos medios de comunicación en Honduras son las familias Villeda Toledo, Kafati, Atala, Callejas, Goldstein, Ferrari, Simón, Casanova, Andonie, entre otras y en su mayoría son de descendía judía y árabe; estos empresarios también participan activamente en política como diputados del parlamento y en la alcaldía, son dueños de un equipo de football nacional, poseen una productora audiovisual “Producciones VILLEFER” donde se producen spots de televisión, documentales, reportajes para televisión, etc. También son dueños del banco (BAC General Electric Money), Aeropuerto de Honduras, Telefonía móvil Tigo, Interfon, Camosa, Diunsa, Supermercados La Colonia, etc. Según el periodista Torres Calderón (2014) el poder de los señores mediáticos en Honduras se puede presentar de la siguiente tabla:

Tabla 3. *Señores mediáticos en Honduras*

Familias	Medios de comunicación	Observaciones
Jaime Rosenthal Oliva y familia	(Grupo continental Empacadora Continental, Quimistán S.A. de C.V., Compañía Azucarera Hondureña S.A., Azucarera Yojoa S.A., Cocodrilos Clal Continental S.A., Plantaciones Continental S.A., Aceitera Hondureña S.A., Bolsas Bijao de Centro América S.A., Constructora Continental S.A.) Diario Tiempo, Canal 11, Cable Color. *El Gobierno de USA congeló bienes a esta familia cerrando Diario el tiempo, el Banco Continental y otros negocios. (Valdés, 2021)	Compartido con Gilberto Goldstein. El hijo de Don Jaime Rosenthal, Yani fue Ex diputado y empresario hondureño sentenciado a 36 meses en prisión por lavado de dinero en USA. Actualmente busca la presidencia de la República de Honduras por el partido liberal. (Embajada de Estados Unidos en Honduras, 2017)
Rafael Ferrari, Manuel Villeda Toledo y familias	Emisoras Unidas, Televisión, Multivisión. Emisoras Unidas: agrupa a más de 15 emisoras radiales.	Dina Ferrari de Villeda es esposa de Manuel Villeda Toledo. hermana de Rafael Ferrari.

Familias	Medios de comunicación	Observaciones
	Corporación Televisión: Canales 3, 5, 7 y 9 Multidata: transmisión de datos vía fibra óptica y proveedor nacional de internet Multivisión: la mayoría de acciones fueron vendidas en 2005 a la multinacional Amnet (Amzak Corporation) Multifon: compañía privada de telefonía fija	
Jorge Canahuati Larach y familia	La Prensa, El Heraldo Periódicos impresos y canales de TV.	
Carlos Flores Facussé	Es el principal accionista de Periódicos y Revistas S.A., propietario del diario La Tribuna y Lithopress Industrial.	Hijo del periodista Oscar Flores y sobrino del empresario y terrateniente Miguel Facussé. Ex presidente de Honduras (1998 –2002)
Miguel Andonie Fernández	Audiovideo (Radio América) Grupo Mandofer: Farmaceutica Infarma, Audio Video, Mandofer, Proconsumo, Farmacia Regis, Viviendas S.A., Administración, Servicios e Inversiones (Asin)	Fundador del partido político Innovación y Unidad (PINU) en 1970.

Nota. Manuel Torres Calderón: El poder de los señores mediáticos en Honduras (2014); Waxenecker (2019, pág.30).

La Tabla 3. Señores mediáticos en Honduras fue titulada y recopilada por el periodista Manuel Torres Calderon y evidencia la concentración de riquezas y poder que existe en Honduras, la tabla afirma la influencia que estos grupos tienen sobre el Estado hondureño en tal magnitud que hasta la fecha las iniciativas para regular el sector audiovisual y en especial la televisión no se han podido ejecutar. Para resolver dicha situación, los empresarios optaron por anunciar un supuesto pacto de autorregulación.

el 5 junio del 2013 periodistas y dueños de medios de comunicación privados en presencia de representantes de la Iglesia en Honduras y del Congreso Nacional de Honduras firmaron un pacto llamado, “El acuerdo Nacional por la promoción de una Cultura de Paz y Libertad de expresión”. Este consistía en una autorregulación de los medios de comunicación donde acordaban fomentar los valores cívicos, morales construcción de cultura de paz y vida, y establecer los criterios de difusión de imágenes de violencia, terrorismo y material obsceno. El proceso tardó seis meses de socialización con algunos sectores de las comunicaciones y

surgió a raíz de la propuesta del proyecto de reformas a la ley de Telecomunicaciones que trataba temas sobre el otorgamiento de frecuencias, libertad de emisión y de pensamiento, monopolios, entre otros (El universo, 2013).

Hasta la fecha este acuerdo no se ha cumplido en los diversos medios de comunicación en el país. En su apartado 5 establece, “Promover una cultura de paz, mediante campañas de información y educación para el rescate de los valores morales, restableciendo la sana convivencia” (Acuerdo Nacional, 2013). Al realizar un zapping en la TV nacional se puede observar claramente la difusión de imágenes y fotografía de actos de violencia o material obsceno en horarios que son de clasificación para toda la familia y así lo confirma Vallejo Cerrato (2015):

... Uno de los medios donde menos se explota la ola de crímenes que se vive en el país es el radial... El primer lugar lo ocupa la televisión, pero hay que decirlo claramente, no todos los noticiarios televisivos hacen uso de este recurso, asimismo existen varios medios de comunicación que a través de estas informaciones morbosas logran alto índices de audiencia. El gobierno anterior pretendió establecer un control sobre estos medios con la denominada Ley Mordaza, pero no fue aprobada en el Congreso Nacional, sin embargo, se firmó un acuerdo entre los dueños de los medios y el gobierno para establecer un código de ética, algo que no se ha cumplido hasta el momento. (pág. 96)

En esa misma línea un grupo de estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras en su clase de taller de investigación, realizaron un importante ejercicio sobre los beneficios de la aplicación de un código de ética, para el tratamiento de temas de violencia que se presentan en los medios de comunicación y recomiendan la creación e implementación del referido código y que al hacerlo esto beneficiaría a los periodistas, quienes podrán realizar

un mejor ejercicio de la profesión. Sin embargo, a 6 años de estas declaraciones no se ha avanzado al respecto (Mendoza, 2014).

Con respecto a la regulación mediática vigente, el Congreso Nacional de Honduras discutió la aprobación de la Ley Antiterrorismo y específicamente en su artículo 335-B *in fine* donde se afirma:

Se incurre en apología del odio e incitación de actos de terrorismo, quien públicamente o través de medios de comunicación o difusión destinados al público hiciere apología, enaltecimiento o justificación del terrorismo o de quienes hayan participado en su ejecución, o incitare a otro u otros a cometer terrorismo o financiamiento de éste, será sancionado con pena de cuatro a ocho años de prisión.
(Rodríguez, 2017)

En ese sentido, el Colegio de Periodistas de Honduras exigió al Poder Legislativo la eliminación de artículos que violentan el derecho inalienable de la libertad de expresión y atentan contra la profesión periodística, enmarcados en el nuevo Código Penal hondureño y que se relacionan a los delitos contra el honor, delitos de injuria y calumnia:

Puntualmente hemos solicitado la eliminación de los artículos, 28, 229, 230, 231, 232, 233 y 234 del Código Penal y que los mismos sean sustraídos del Código Penal y sean llevados al Código Civil, informó Dagoberto Rodríguez, presidente del CPH.
(Colegio de periodistas de Honduras, 2019)

El Código Procesal Penal establece en el Artículo 22. Prohibición de limitar o interferir la actividad judicial. Esto consiste en una prohibición de realizar acciones tendentes a impedir el servicio judicial, catalogándolo como sedición. En el artículo 26, hace referencia a dos delitos entre otros, que van relacionados con los medios de comunicación y son: las amenazas

y lo concerniente a Propiedad Intelectual (Art. 26, del Decreto 14-2006 del 15 de marzo 2006, Gaceta No. 30,9619), mismos que solo podrán ser perseguidos por el Ministerio Público a petición del ofendido. En el artículo 27, se establece como delitos perseguibles por la acción privada, los relativos al honor y a la violación de secretos, su revelación y el chantaje. El artículo 282 del referido código, establece las reglas a las que se está sometida la detención o captura de una persona, “no presentar a los detenidos antes los representantes de los medios de comunicación, preservando su derecho a que se les considere y trate como inocentes y el respeto a su propia imagen”.

En el Código Penal los artículos 232,233 y 234 se refieren a las injurias o calumnias hechas a través de la publicidad, ya sea de manera impresa, televisiva, radial, internet, redes u otros medios masivos. Se establecen las penas de manera gradual, así como, una publicación que repare el daño al ofendido y esto se hará como este lo indique, en el mismo medio donde recibió la ofensa o injuria y bajo los términos judiciales indicados. Cuando la calumnia o injuria se hace a través de la publicidad, hay una responsabilidad civil para la persona natural o jurídica, dueña del medio informativo donde se originó el agravio.

En la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos se establece que es de orden público y de interés social, proteger a los autores de obras literarias, Artistas-interpretes en general, programaciones y organismos de transmisión. La Ley permite cumplir con compromisos internacionales suscritos con organizaciones mundiales de comercio, relacionados a derechos de propiedad intelectual comercial. El artículo 110, establece que no se puede transmitir por radio, televisión o cualquier medio electrónico, composiciones musicales con o sin letra, si no es autorizado por el autor de la misma, de lo contrario pagará la retribución económica correspondiente. No es permitido al público grabaciones en espectáculos públicos sin previa autorización, situación difícil de controlar y de impedir.

Por su parte, el Código de Salud vía Decreto No. 65-91, indica en el artículo 97, que es prohibido hacer menciones medicinales, que den lugar a falsas expectativas, se regula la propaganda y la publicidad en la comercialización de alimentos y bebidas. Los artículos 147 y 148, mencionan que los productos farmacéuticos que se anuncien y hagan referencia a propiedades inexistentes que orienten al consumidor a adquirirlos serán sancionados según reglamentos.

Sobre las redes sociales e internet, Pallero (2018) describe que se presentó ante el Congreso Nacional, una iniciativa de *Ley que Regula los Actos de Odio y Discriminación en Redes Sociales e Internet*, y que buscaba que los proveedores de Internet rastrearán y bloquearan contenidos que abogan a los actos de discriminación, de odio, injurias, amenazas o incitación a la violencia. Dicha iniciativa fue rechazada contundentemente por la sociedad civil, gremios y otras organizaciones, la propuesta finalmente fue engavetada.

Esta propuesta de ley se cuestionó desde la perspectiva, que no se realizó un estudio que avalara la propuesta, por otra parte, solo el 40% de la población hondureña tiene acceso a Internet (Romero, 2020), la prioridad debe ser el de facilitar la conectividad a la ciudadanía y paralelamente organizar el uso de estas plataformas, con base a criterios científicos.

Es preciso destacar que Honduras no posee una asociación de medios de comunicación sólida e inclusiva o un ente que regule la emisión de contenidos audiovisuales, en la actualidad existe la Secretaría de Derechos Humanos, Justicia, Gobernación y Descentralización que por estatuto tiene la facultad de regular los contenidos audiovisuales que se emiten en la nación; sin embargo, al no tener una ley marco de comunicación audiovisual sus funciones no son ejecutadas.

Por otra parte, poco se ha hecho para la organizar la industria televisiva, y la situación puede complicarse si el sector continúa creciendo de manera desordenada y si no se establecen políticas equilibradas y con enfoque humanista. Para el año 2020 estaba programado el llamado “apagón analógico”, donde todos los operadores de televisión dejarían de realizar emisiones analógicas y migrarían a formatos digitales, permitiendo así la participación de nuevos operadores, por el momento, debido al estado de emergencia nacional por la pandemia del COVID-19, se ha suspendido *sine die* este proceso (Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia, 2020).

En tal sentido, las temáticas sobre políticas de emisión, autorregulación, corregulación, desarrollo sociocultural y promoción de culturas de paz y no violencia,⁵ tienen vigencia y son de interés internacional. En Honduras, la investigación sobre dichos temas ha sido limitada, dado el empirismo que caracteriza al rubro de la comunicación audiovisual, siendo así un tema de actualidad donde una investigación doctoral permitirá plantear las bases para la elaboración de propuestas legales y éticas.

En el año 2017, se realizó el Trabajo Fin de Máster (TFM) titulado *Políticas de emisión de la televisión para el desarrollo sociocultural*, donde se conoció la opinión de los directores de los medios de comunicación que operan en Tegucigalpa, Honduras. Parte de ellos manifestó que es necesario que exista un ente que regule los contenidos emitidos por los medios de comunicación de manera consensuada, mientras otros abogan que los medios de comunicación deben de autorregularse según su línea editorial y ética periodística. Los resultados de la investigación indicaron que la principal ventaja de poseer una regulación, es que se mejoraría la programación televisiva al establecer estándares de calidad en cuanto a la

⁵ Desde 1945, la UNESCO promueve el derecho a la educación de calidad y los avances científicos aplicados al desarrollo de los conocimientos y capacidades requeridos para lograr el progreso económico y social y alcanzar la paz y el desarrollo sostenible. Fuente: es.unesco.org/themes/programas-construir-paz

producción técnica y emisión de contenidos, dejando así de fomentar una cultura de muerte en la población hondureña ya que el amarillismo, sensacionalismo, divulgación de noticias con escasa evidencia o el mal tratamiento de la nota roja sería sancionado.

A su vez, al poder aplicarse una ley de emisión, la gestión de un medio se vería afectado en el área financiera, ya que, deberá de invertir en la producción de programación de calidad y contratar personal capacitado. En cuanto a los dos principales géneros televisivos que emiten los dos canales con mayor rating en el país, estos son entretenimiento y noticieros, quedando evidenciado que el género cultural y educativo no es prioritario.

La investigación antes mencionada, dejó un precedente de la importancia y actualidad de la temática de estudio sobre políticas públicas de comunicación y que las perspectivas sobre la regulación, autorregulación, corregulación, censura y autocensura son diversas y están alineadas según la ideología e intereses de cada grupo. La mayor preocupación de los directivos de los medios de comunicación se centra, en la participación del Gobierno con la posible aplicación de una “ley mordaza” la cual pueda violentar el derecho a la libertad de expresión y emisión de pensamiento, o bien regular los medios con el fin de responder a los intereses políticos para proteger sus ideas y que no se pueda denunciar libremente las malas prácticas del Gobierno en vigor, existiendo entonces un sesgo en la información que se entrega a la ciudadanía.

El TFM evidenció la necesidad de contar en Honduras con un ente regulador que cumpla las siguientes características; ético, académico y social, objetivo y con representación de diferentes grupos de interés (Gobierno, medios de comunicación, sociedad civil, academia, sector privado, entre otros) para que exista un equilibrio en la emisión de contenidos televisivos en el país en pro de la educación, desarrollo sociocultural y fomento de valores morales.

Ante la reducida información sobre la industria televisiva en Honduras y con el fin establecer y justificar la importancia de la temática de estudio de la presente tesis, se optó por realizar un primer acercamiento exploratorio. Se realizaron dos entrevistas acorde a la facilidad de acceso y haciendo uso del instrumento del cuestionario donde se estructuraron preguntas que sirvieron para orientar una plática fluida, versátil y abierta, facilitando la obtención de la información de actores importantes: la diputada del congreso nacional por el partido liberal la Dra. Brooks (2021) y el gerente-dueño del medio de comunicación con mayor rating en el país el periodista Eduardo Maldonado (2021)⁶., donde se formularon preguntas, para conocer los diferentes puntos de vista acerca de los procesos de *policy making*. (Anexo No. 1 políticas públicas de comunicación Honduras, entrevista). y al dueño-gerente del canal de TV con mayor rating en el país

Adicionalmente, se aplicó una encuesta de opinión a la población finita de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras que alberga a 7,461 empleados y a 74,210 alumnos matriculados en el II período 2021 dispersos en todo el territorio nacional. Identificándose así una población finita definida de *81,671 personas*. Salazar y Del Castillo (2018, pág. 13) establecen que el muestreo es una técnica que permite seleccionar una muestra representativa, estableciendo que cada participante de la población finita tenga la misma probabilidad de ser seleccionada. Para la aplicación de esta encuesta, la muestra seleccionada es de 504 respuestas, con un nivel de confianza del 95% y margen de error del 5%.

⁶ La Diputada Edinora Brooks, es miembro del Partido Liberal de Honduras, de la corriente “Nuevo Liberalismo”, fue electa para el período 2018-2021. La segunda entrevista realizada fue al periodista Eduardo Maldonado, quien es el propietario y Gerente de HCH TV Digital, el canal con mayor audiencia en todo el territorio nacional de Honduras.

Esta encuesta se realizó con el propósito de conocer la opinión de la comunidad universitaria puesto que dicha institución goza de gran prestigio nacional por sus aportes realizados a la sociedad y especialmente referente al tema de la COVID-19 ha liderado estudios, procesos de vacunación y campañas informativas sobre su manejo. Adicionalmente, la institución ha mostrado posturas en contra de modelos de privatización nacional de la educación y tenencias de tierra.

Sobre la encuesta aplicada se consultó sobre la importancia e influencia de la televisión en la vida de los hondureños y según nuestra realidad, cuál sería el mejor modelo para controlar la emisión de contenidos audiovisuales con el propósito de impulsar el desarrollo sociocultural, entre otros. La encuesta se envió vía correo institucional. (Anexo 2. Encuesta de opinión políticas públicas audiovisuales).

1.2.1 Resultados de la encuesta de opinión

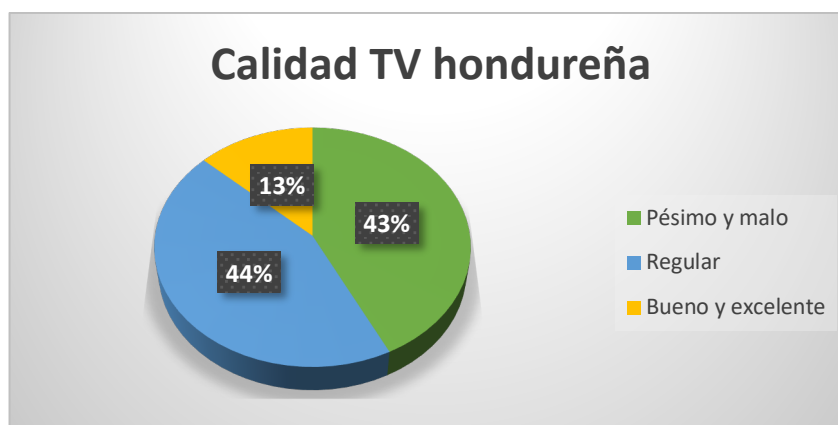
La encuesta de opinión se aplicó a la comunidad de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Se obtuvieron 504 respuestas y el perfil de los encuestados es de 52% mujeres y 48% hombres. Sobre la clasificación por edad se identifica un 34% de personas mayores de 54 años, 22% de jóvenes entre la edad de 18 a 33 años y un 43% de adultos entre la edad de 34 a 50 años. A continuación, se detallan los resultados de la encuesta y su respectivo análisis.

Pregunta No.1 ¿Cómo califica usted la calidad de producción audiovisual y de contenidos en la televisión hondureña?

Tabla 4. Calificación de calidad en producción y contenidos televisivos

		Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
N	Válido	102	114	222	59	7
	Perdidos	0	0	0		

Figura 2. Calidad en la TV hondureña



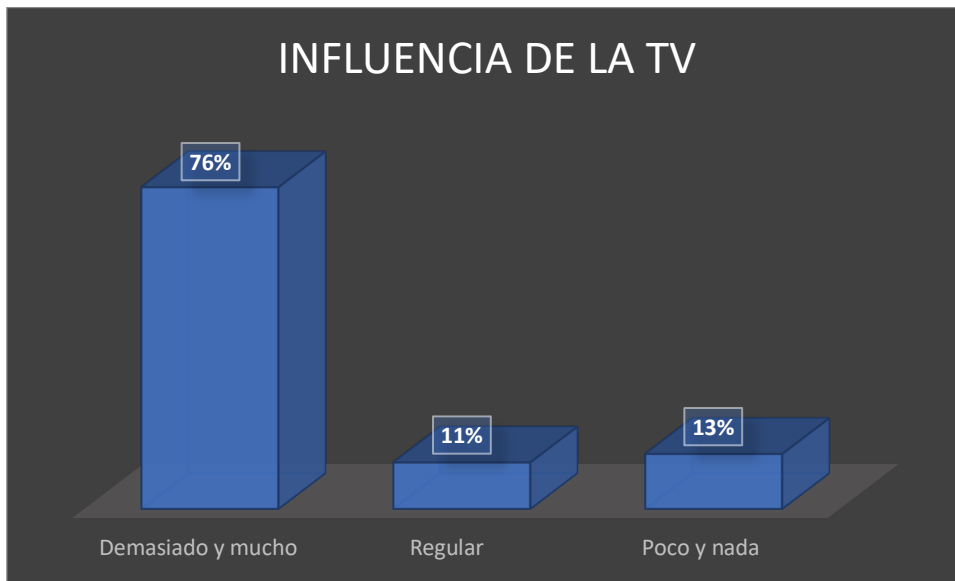
Pésimo y malo suman el 43% de las respuestas obtenidas, seguido del 44% que dan una puntuación de regular, lo que indica que se debe de trabajar en la calidad de contenidos televisivos para potenciar la creatividad, propiciar el desarrollo sociocultural y reducir el empirismo del sector por medio del trabajo de especialistas y académicos en la materia que aporten al sector, dicho trabajo debe de realizarse bajo el amparo de una normativa que asegure la continuidad de la calidad.

Pregunta No.2 Sobre la televisión nacional. ¿Qué tanto influyen sus contenidos en la vida del hondureño? Su nivel de incidencia.

Tabla 5. Influencia de la TV en el hondureño

		Demasiado	Mucho	Regular	Poco	Nada
N	Válido	135	248	57	44	20
	Perdidos	0	0	0		

Figura 3. Influencia de la TV



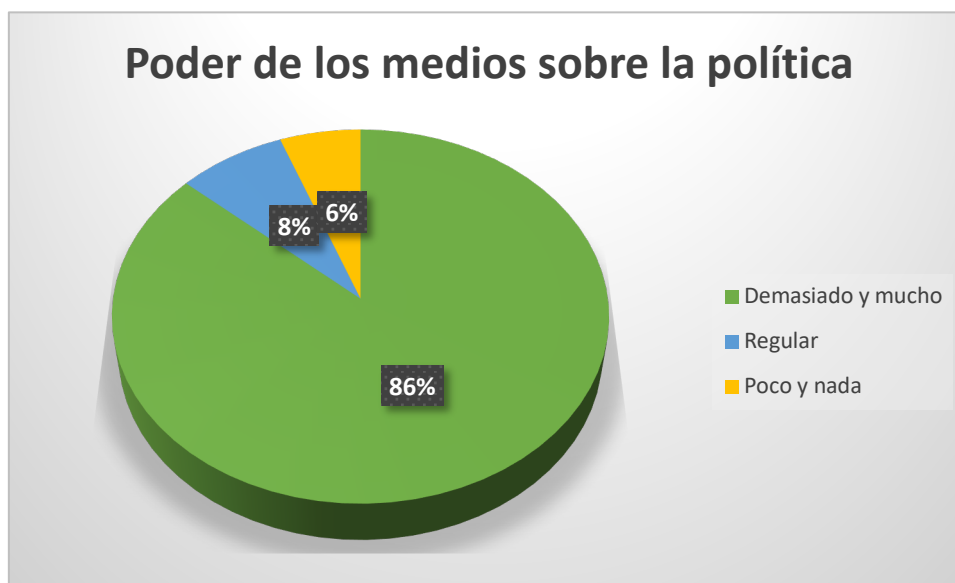
Avalado por teorías de comunicación e investigaciones de múltiples académicos que fueron abordadas en el marco teórico de este estudio, las personas encuestadas también afirman que la televisión ejerce una poderosa influencia e incidencia en la vida y conducta de los hondureños. De allí el interés y la necesidad por reconfigurar las relaciones de poder entre el Estado, medios y población acorde a los objetivos de bienestar que se deseen para la ciudadanía.

Pregunta No.3 ¿Cuál es el grado de poder que tienen los medios de comunicación sobre la política hondureña? (Politics)

Tabla 6. Poder de los medios sobre la política

		Demasiado	Mucho	Regular	Poco	Nada
N	Válido	194	242	39	21	8
	Perdidos	0	0	0		

Figura 4. Poder de los medios sobre la política.



A diferencia de otros países en Latinoamérica donde es el Gobierno el que ejerce el poder sobre los medios de comunicación. En Honduras se percibe que son las plataformas comunicaciones quienes tienen un alto grado de poder sobre la política nacional, debido a los modelos neoliberales que han imperado, la falta de regulación estatal por la alta corrupción e impunidad y a la estrecha relación que tienen algunos propietarios de medios al ser políticos y empresarios de otros rubros. Solo el 2% de los encuestados indican que los medios no ejercen ningún poder sobre la política del país.

Pregunta No.4 ¿Considera usted importante que se controlen los contenidos televisivos para propiciar el desarrollo sociocultural en el país por medio de la formulación de políticas públicas audiovisuales?

Tabla 7. Necesidad de PP para la calidad televisiva

		Si	No	No sabe
N	Válido	442	24	38
	Perdidos	0	0	

Figura 5. Necesidad de control de la TV



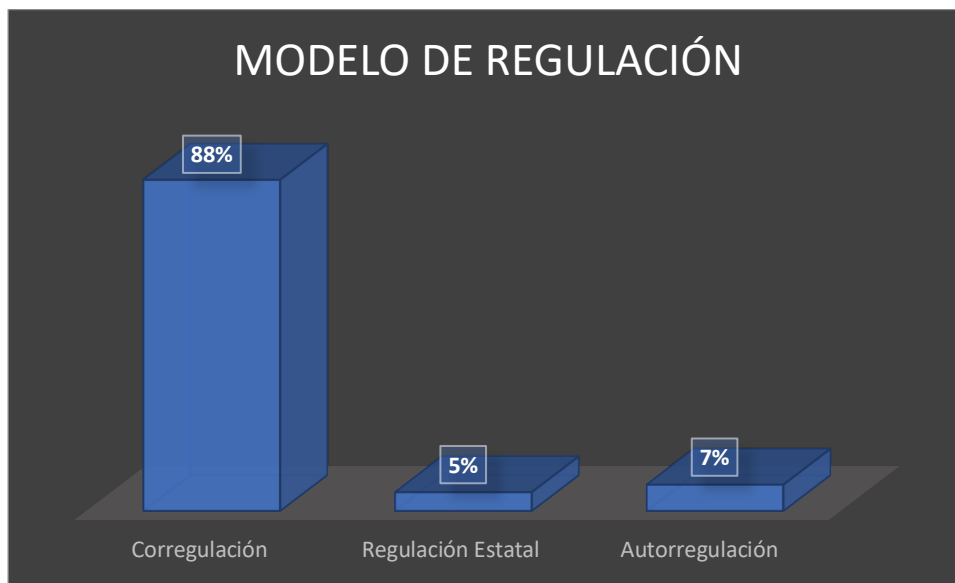
La comunidad de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras es consciente sobre la necesidad de controlar la calidad de los contenidos televisivos con el propósito de crear las condiciones para potenciar un crecimiento sociocultural en el país. El sector debe de poseer controles para poder crecer de manera organizada y garantizar los derechos de pluralidad y libertad de prensa bajo márgenes de respeto. Un 88% de los encuestados están a favor de que se debe de aplicar controles sobre el sector.

Pregunta No.5 ¿Cuál sería el modelo óptimo para controlar la calidad de la televisión en Honduras?

Tabla 8. Modelo de control de la calidad televisiva hondureña

		Corregulación	Regulación Estatal	Autorregulación
N	Válido	442	24	38
	Perdidos	0	0	

Figura 6. Modelo de regulación



El modelo de corregulación que esté integrado por el Estado y un ente regulador autónomo conformado por academia, sociedad civil y medios de comunicación, es la opción planteada por la mayoría de los encuestados con un 88% de aceptación. Se intuye que esta selección es debido a la falta de confianza absoluta que tiene la sociedad hondureña hacia el Estado producto de la tradición cultural corrupta que impera en la institución.

1.2.2 Resultados de entrevista a dueño de medio de comunicación

Pregunta No. 1 ¿Considera importante que se organice el sector audiovisual para propiciar el desarrollo socio-cultural por medio de la formulación de políticas públicas audiovisuales?

El dueño de medio de comunicación expresa que el principal problema para sancionar una ley en materia de comunicación son los intereses en juego, manifiesta que él junto con otros amigos dueños de medios han creado una nueva red de medios de comunicación, debido a que la actual Asociación de Medios está integrada por canales y radios tradicionales, en donde el acceso para formar parte del grupo es cerrado. Esta red de medios pretende realizar actividades en conjunto en beneficio de la sociedad, por ejemplo, reparar un hospital, hacer

campañas propositivas en favor de niñez y familia. Esta red respetará la ideología de cada medio, pero aunándonos en esfuerzos para hacer cosas buenas.

Pregunta No. 2 ¿Cuál sería el modelo óptimo de regulación para el sistema de medios en Honduras?

El propietario dueño de medio aboga por que cada medio de comunicación debe de tener una consciencia del servicio que da su canal, y para qué ocupa su medio de comunicación. Expresa que hay medios que se dedican sólo a provocar deshonra en las personas, atacando a otros sin pruebas, otros medios se dedican al chantaje. Puede existir una ley en el país que regule a los medios, pero se debe de construir con base a acuerdos logrados entre sí, de lo contrario, si una norma es impuesta vendrá a lacerar las relaciones.

El tema que siempre sale a colación al hablar de regulación, es la libertad de expresión, donde los propietarios de medios se quejan cuestionando: ¿Me quieren imponer? ¿Quién paga la energía eléctrica? ¿Quién me ayuda cuando no logro tener pauta publicitaria? Necesito pagar a mis empleados, etc. Expresa que la imposición nunca es efectiva, obligar a cumplir una ley no resolverá nada, si no es en conjunto.

Da como ejemplo, que su canal de televisión propuso por motivo de la pandemia ofrecer 1 hora al día para que se impartan clases a los niños, luego se sancionó la ley, pero duda mucho que los demás medios de comunicación hayan acatado dicha disposición.

Manifiesta que los entes actuales que deben de regular a los medios no ejercen su autoridad, no lo aplican, por cuestiones de temor a meterse con los medios influyentes y también porque cuando no hay moralidad para poder castigar a otro, no aplicas la ley.

Pregunta No. 3 ¿Cuáles serían los retos del proceso de formulación de políticas públicas televisivas para garantizar el derecho a la comunicación y la pluralidad de ideas en nuestro país?

El propietario del medio más influyente de Honduras, opina que el sistema de medios de comunicación en el país ha tergiversado sus funciones y se ha corrompido en cierta medida ya que, hace lo que quiere e informa lo que quiere. Es del criterio que en el país hay una gran cantidad de medios de comunicación, no solo los que operan de manera legal. Existe la figura que un operador de televisión por cable (TV de paga) puede colocar en su grilla de programación canales adicionales y nadie le controla. El reto sería cómo lograr que todos los operadores a nivel nacional llegaran a acuerdos.

Conclusión de la investigadora: El consensuar disposiciones y acuerdos en la formulación de políticas públicas representa un gran reto, tomando en consideración que cada casa televisora tiene su propio ideario, necesidades e intereses. En ese sentido, es el concepto de interés y servicio público es el que debe de primar, y el Estado por medio de las Instituciones competentes en materia de regulación deben de asegurar ese derecho.

Por otra parte, un Estado corrupto no tiene la moralidad para exigir calidad y sancionar malas prácticas. Bajo un principio de *governance*, los ciudadanos deben de ser más activos para depurar el sistema y así asegurar el respeto de los derechos.

Los medios de comunicación abogarán por la autorregulación, ese es el modelo que ha imperado y se evidencia que es necesaria la intervención de poderes estatales para su ordenación y evitar irregularidades en el funcionamiento del sistema que comprende desde el uso de tecnologías de transmisión hasta la emisión de sus contenidos.

A causa de las disposiciones impuestas por Meta en el tratamiento de imágenes grotescas y de reincidir en compartir publicaciones obscenas las cuentas son canceladas, los medios de comunicación han iniciado a tratar mejor la nota roja, y cambiar sus políticas de producción, colocando filtros para distorsionar la imagen y evitar el amarillismo por temor a que sus redes sociales con miles de seguidores a nivel mundial sean canceladas.

1.2.3 Resultados de entrevista a diputada del Congreso Nacional

Pregunta No. 1 ¿Cuál es el proceso para aprobar una política pública en Honduras?

La parlamentaria expone que son alrededor de 20-22 pasos los que hay que ejecutar para aprobar una normativa en el país. El paso más importante según su criterio es la socialización del proyecto, ya que si las personas desconocen la ley no lo ejecutarán. Se inicia el proceso con un anteproyecto de ley, donde los diputados exponen su idea, realizan benchmarking para saber cómo otros países han normado X o Y situación y que antecedentes hay en el país sobre el tema a normar. Seguidamente el anteproyecto de ley es presentado ante una Junta Directiva del Congreso Nacional y si es bien recibido se presentará ante el Pleno.

La diputada resalta que el modelo que impera es el presidencialista, en otras palabras, si el presidente del Congreso Nacional no está de acuerdo con la propuesta de ley difícilmente se aprobará la normativa o siquiera se discutirá ante el pleno.

Una vez que el anteproyecto es presentado al Pleno, se asigna una Comisión Especializada en la temática para que discutan la iniciativa y posteriormente la propuesta de proyecto es enviada a las Instituciones Gubernamentales que estarían siendo afectadas por la posible disposición, estas instituciones deben de emitir comentarios que son no vinculantes.

Seguidamente la Secretaría del Congreso decide si el anteproyecto se presentaría ante el Pleno para realizar una primera y segunda lectura y una tercera discusión.

En la tercera discusión se permite a los diputados exponer sus posturas, también pueden asistir representantes de organismos que son afectados por la normativa para exponer su sentir sobre el anteproyecto de ley. Seguidamente, se aprueba o desaprueba el anteproyecto por votación de los diputados. La calificación debe de ser por mayoría simple 65 votos, la mitad de diputados más uno, ya que el total de parlamentarios del Congreso Nacional de Honduras son 128. Si la discusión es sobre reformas a la Constitución, debe de ser aprobada por mayoría calificada, 86 votos. Si es un juicio político son 3/4 partes, 96 votos.

Al aprobarse el proyecto la Secretaría del Congreso Nacional lo envía a la Comisión de Estilo y a la Comisión de Dictamen, quienes realizarán cambios en redacción y colocarán los acuerdos discutidos ante el Pleno. Seguidamente, el documento es enviado al Poder Ejecutivo para que sea ratificado y enviado nuevamente a la Secretaría del Congreso Nacional, y el presidente ordenará adjudicarlo en el Diario Oficial La Gaceta y se habrá convertido en Ley para su aplicación.

La parlamentaria manifiesta que culturalmente los hondureños en promedio no leen o investigan por sus propios medios, se guían por contenidos que consumen en redes sociales o por lo que dicen en la Televisión. Y de pronunciarse en contra de alguna ley lo realizan cuando ésta ya ha sido publicada en el Diario Oficial La Gaceta.

Pregunta No. 2 ¿Considera usted importante que se organice el sector audiovisual para propiciar el desarrollo sociocultural por medio de la formulación de una política pública audiovisuales?

La diputada por el partido liberal manifiesta que, sí es necesario organizar el sector ya que actualmente los medios de comunicación están muy mal regulados, trabajan bajo un sistema de autorregulación que promueve ser juez y parte.

La parlamentaria identifica que uno de los principales problemas es que los políticos actuales no están dispuestos a hacer leyes que genuinamente beneficien al país, por otra parte, sancionar una ley en esta materia representa perder popularidad ante los medios de comunicación, que afectaría su carrera política.

Comparte como ejemplo, que, a causa de un reciente asesinato a una abogada reconocida en el país, en las redes sociales se difundieron imágenes grotescas, ella tuvo la iniciativa de proponer una normativa para evitar este tipo de actos en espacios digitales y tradicionales. Sus compañeros recomendaron mejor no presentar esta ley por las implicaciones de seguridad, que ella podría sufrir. Adicional a ello, el país no tiene un sistema de protección que asegure la vida de los hondureños.

Pregunta No. 3 ¿Cuál sería el modelo óptimo para organizar la industria televisiva en Honduras?

El Poder Ejecutivo está para velar por el bienestar de la población, sin embargo, imponer una normativa sin socializarlo con los interesados siempre es contraproducente. Se sugiere que pueda instaurarse una mesa sectorial para regular el sector.

Conclusión de la investigadora: Para aprobar una normativa en el país existe una larga lista de pasos a seguir, donde los grupos de poder si estarán informados de lo que sucede, velarán por sus intereses y buscarán interponerse si alguna disposición afecta sus negocios. Si algunos medios de comunicación no desean apoyar iniciativas justas en beneficio de la sociedad hondureña, por los compromisos en pauta publicitaria y favores que puedan recibir.

Los hondureños tenemos la oportunidad de informarnos por otros medios, como la prensa independiente, academia y plataformas digitales, para exigir genuinos cambios en el sistema judicial del país.

Existen casos en el país en que los dueños de medios de comunicación también participan en política y defienden posturas acordes a sus intereses y líneas. Como ciudadanos debemos de desarrollar el pensamiento crítico para poder discriminar la información sesgada, la academia con atributo autónomo, descentralizado y público es el llamado para liderar un movimiento que exija calidad de la información y la aprobación de normas que aseguren la protección de las audiencias.

1.3 Definición del problema

1.3.1 Preguntas de investigación

- 1) ¿Cómo desarrollar metodológicamente un estudio comparativo de leyes de comunicación audiovisual aprobados durante el 2011-2020 en Suramérica?
- 2) ¿Cuáles son las variables que se regulan en una política pública televisiva?
- 3) ¿Cómo debe ser la propuesta del plan de políticas públicas (*policy-making*) televisivas óptimo para la sociedad hondureña?

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo general

Formular una propuesta de lineamientos generales para la creación de una política pública para la Televisión Terrestre Digital hondureña.

1.4.2 Objetivos específicos

- 1) Realizar un estudio comparativo de las leyes de comunicación audiovisual aprobados durante el 2011-2020 en Suramérica.
- 2) Identificar las variables que se regulan en una política pública televisiva.
- 3) Proponer los lineamientos del plan de políticas públicas (*policy-making*) televisivas óptimo para la sociedad hondureña.

Capítulo II. Marco teórico/conceptual

En el presente capítulo se describe el conjunto de conceptos y definiciones relacionados a la industria televisiva, economía política de la comunicación, políticas públicas del sector audiovisual y el *policy-making process*, dando el fundamento necesario para una mejor comprensión de la temática en cuestión.

2.1 Aproximación a la Economía Política de la Comunicación

Bajo el marco general de la Economía Política de la Comunicación (EPC) podemos estudiar la ecología de los medios (Telecomunicaciones, Internet y medios de comunicación) como los “mercados” en la economía de la información, donde se encuentra una fuente de riquezas que “comercializa” audiencias, contenidos e ideologías en los sistemas neoliberales con tendencias al monopolio. Analizamos cómo el “capital”, los recursos necesarios para crear valor (información, noticias, entretenimiento y cultura), son transportados y distribuidos por medio del cable, satélites, revistas, televisión abierta y de pago, libros, películas, radio, publicidad, videojuegos, etc. y bajo qué mecanismos de protección o no, son vendidos a los anunciantes y consumido por las sociedades.

Por otra parte, se identifica cómo la “burguesía” (tomado de la teoría de clases Marxista que representan los grupos de poder y dueños de los medios de producción) controlan las líneas de producción audiovisuales provocando esto la concentración de la propiedad, reduciendo la producción de contenidos plurales y aumentando la desigualdad e inequidad en la sociedad. Pero sobre todo se estudia cómo por medio de un sistema se venden y reproducen idearios.

A juicio de Winseck (2017, pág. 75) la EPC estudia las estructuras generales y los detalles más finos de las industrias de las Telecomunicaciones, Internet y Medios de comunicación masiva. Algunas líneas de investigación contemporánea son:

1. El internet y la tecnología inalámbrica móvil: El ancho de banda ha permitido el consumo del audiovisual en cualquier sitio.
2. Plataformas de servicio por suscripción: Como principal fuente de ingresos en la economía de los medios en relación con la venta publicitaria.
3. Crecimiento de los medios de comunicación: Algunos medios crecen rápidamente, otros estancados y otros en declive.
4. Producción de contenidos: Las personas crean, consumen y comparten muchos medios fuera del mercado “prosumers”.
5. Neoliberalismo y desregulación: El papel del Estado es vital y el aumento en la creación de órganos reguladores de telecomunicaciones y medios en todo el mundo ha crecido. Los Gobiernos deben dar respuesta a los altos niveles de concentración del mercado de medios y la difusión y vigilancia del Internet.

Es por lo antes expuesto, que realizar un estudio sobre Políticas Públicas de Comunicación: El caso de Honduras, desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación es el marco adecuado para comprender cómo funciona el sistema mediático,

los intercambios que se generan en la línea de producción y las funciones que cumplen ciertos actores claves como los medios de comunicación, Estado, empresa privada y la población. Desde una posición capitalista concebimos que el negocio de los medios de comunicación esta intrínsecamente ligado a los relatos e ideas y es ineludible prestar atención al papel importante que juegan desde su dimensión filosófica e ideológica al momento de construir significados para interpretar y construir el sentido del mundo, informarse, disfrutar del entretenimiento y la cultura.

La teoría de la Economía Política de la Comunicación tiene como principales líneas de desarrollo variaciones de la tesis de Karl Heinrich Marx (1818-1883), *El Capital: Crítica a la economía política*⁷, donde manifiesta que el sistema capitalista es dinámico, está en constante crecimiento y expansión y está perennemente buscando nuevas formas para la acumulación de capital, ya sea acaparando nuevos mercados en la mente de las personas o en mercados geográficos.

Desarrolla la “teoría del valor” donde afirma que el valor de una mercancía depende el trabajo y esfuerzo que hay que invertir para producirla; también da a conocer la “teoría de la explotación”, con la división y especialización del trabajo se da la utilización (explotación) de un grupo social (la burguesía) sobre el proletariado o asalariado. Sobre la “teoría de los costos marginales”, esta no puede ser aplicada directamente a las producciones y contenidos audiovisuales debido a la naturaleza semiótica, los signos y símbolos (atributos abstractos) propios y característicos de los productos culturales (Marx, 2017)⁸.

⁷ Su versión original en el idioma alemán es *Das Kapital - Kritik der politischen Ökonomie* y su primera edición fue publicada en Hamburgo en el año de 1867.

⁸ Traducción y notas: Herederos de Manuel Sacristán Luzón.

Así como existen líneas o movimientos capitalistas, también hay variaciones de pensamientos y escuelas en la Economía Política de la Comunicación, (ejemplo: crítica o marxista, y las escuelas institucionalistas y de Industrias culturales).

Esta teoría también se centra en conocer la función económica que tienen los medios de comunicación y cómo su integración repercute en la ecología del sistema capitalista y cómo se crea una dependencia en lo financiero. Una vez que estas empresas de comunicación se integran a un sistema de Gobierno eminentemente plutócrata tienden a la concentración, comercialización de la información y a la búsqueda de beneficios anteponiendo los intereses económicos por encima de los valores sociales, culturales, familiares y noticiosos, tal como se asegura en el informe de la UNESCO (2008) sobre desarrollo mediático:

Es igualmente aparente que, a veces, los medios de comunicación social pueden ser utilizados para reforzar el poder de los intereses creados y exacerbar las desigualdades sociales, excluyendo a las voces críticas o marginadas. Los medios pueden incluso promover los conflictos y las divisiones sociales. (pág.10)

La Economía Política de la Comunicación es planteada por Mosco (2009, pág. 2) como “the study of the social relations, particularly the power relations, that mutually constitute the production, distribution, and consumption of resources, including communication resources”. Explora cómo los productos culturales y mediáticos se transforman en la cadena de valor de producción hasta llegar finalmente a los públicos quienes motivan a los productores y comerciantes a crear nuevos procesos y productos.

Expresado por el académico latinoamericano Guillermo Mastrini (2014), “la economía política de la comunicación constituye una herramienta teórica válida para el estudio de la estructura de los sistemas de comunicación... y resulta del cruce de diversos

campos académicos: la economía, la ciencia política y las llamadas ciencias de la comunicación o la información”.

Por otra parte, Zallo (2007) identifica que la cultura como la economía comparten muchos rasgos numerosos, entre ellas:

1. El valor intangible o simbólico: Ese valor que expresa diferencialidad, originalidad y unicidad a cada producto y que debe de ser protegido mediante derechos.
2. Trabajo creativo: Dichas producciones combinan lógicas: económicas, sociales, políticas y artísticas.
3. Es una economía de oferta múltiple: La producción es mucho mayor que la oferta presentada al mercado, la demanda se concentra en pocos productos con demandas millonarias.
4. Cada bien es individualmente insustituible.
5. Es una economía en permanente renovación productiva, flexible y adaptable.
6. La oferta es previa y puede crear la demanda.
7. Su funcionalidad y eficacia social se traducen en una inmensa demanda genérica de cultura en sentido amplio, como conocimiento, información, tecnología, artes, consumo simbólico
8. Tiende a ser un bien o servicio público: Los propios mercados de la cultura no pueden obviar ni la legitimación cultural ni las políticas públicas de extensión cultural para una igualdad de oportunidades.
9. Su valor material e intelectual tiende a decrecer históricamente, pero, en cambio, tienden a incrementarse los costes creativos, de preparación, de la exclusividad, de la complejidad (originalidad), de la comunicación y del marketing que busca la notoriedad o la diferenciación.

10. El comportamiento de los costes es muy variado. Los costes pueden ser muy importantes como en una infraestructura o un patrimonio, o casi nulos y derivados solo del capital creativo (una poesía).
11. Hay incertidumbre sobre el resultado de la puesta en valor.
12. Los mercados imperfectos
13. Siempre hay una intervención de las administraciones, está sujeta a legislaciones.

Sobre los académicos impulsores de la EPC, Segovia (2011, pág. 13) realiza un análisis interesante y establece que no se puede hablar de la teoría de la Economía Política de la Comunicación como una escuela de pensamiento en términos consensuados, sino a partir de distintos grupos de investigadores por regiones y autores. En los Estados Unidos de Norteamérica se identifican como primeros precursores académicos a Dallas Smythe y Herbert Schiller y en Europa a Nicholas Garnham, Peter Golding, Graham Murdock y Armand Mattelart.

El Canadiense Dallas Walker Smythe (1907-1992), fue el primer jefe economista de la Federal Communication Commission (FCC), define la Economía Política de la Comunicación como el estudio de los procesos económicos y las políticas de comunicación y como ambas inciden entre sí y luego como estas afectan a otras instituciones.

Su artículo *Communications: Blindspot of Western Marxism 1977*⁹ es de los más famosos ya que expresa su crítica a los académicos occidentales quienes, según él, no han desarrollado una teoría materialista de la comunicación de masas y arguye que no se ha estudiado a los medios de comunicación desde el enfoque de integración económica en la sociedad. Seguidamente, el investigador Graham Murdock da respuesta a su artículo

⁹ Canadian Journal of Political and Social Theory, volume 1, n. ° 3

generando así un interesante debate entre ambos académicos. De las dos posturas se puede concluir que el objeto de estudio de los *mass media* estudiado desde un enfoque de la Economía Política deben de analizarse relacionando la teoría de procesos económicos, la teoría ideológica y la teoría del Estado; hablamos entonces de una teoría integradora, es decir, analizar las relaciones entre la economía, ideología, cultura y políticas del capitalismo moderno y estructura de la industria ya que todas están intrínsecamente relacionadas y una afecta a otra.

Una de sus principales obras es *Dependency Road* 1981 tras su muerte en 1992, se publican dos libros *Counterclockwise* de Guback en 1994, e *Illuminating the Blindspots* en 1993, donde se recopilan y destacan sus principales investigaciones y aportes.

Smythe asegura que la función primaria de los medios de comunicación, es la de crear audiencias para posteriormente venderlas a los anunciantes, en otras palabras, que las audiencias y públicos son las mercancías y el capitalismo monopólico se basa en la venta publicitaria, a su vez, afirma que la importancia de los medios masivos radica en que son entes que reproducen y sostienen las ideologías dominantes dentro de la sociedad, a lo que él llama “industrias de la consciencia que producen ideología de una manera más realista”¹⁰. Esta misma postura es afirmada por el australiano Humphrey McQueen (1977), “Los medios de comunicación comerciales son anuncios que llevan noticias, programación y entretenimiento para captar audiencias para los anunciantes”.

En cuanto a los contenidos o programación Smythe sostiene que son el “free lunch”, en Centroamérica se entendería como las “entradas o promos” un regalo o descuento que se

¹⁰ Smythe, D. W. (2006). Replica a Graham Murdock. CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación, 11, 23 - 30.

da para motivar y atraer a las audiencias, traducido por Segovia (2006) en el contexto Español sería “el aperitivo”; también plantea la importancia de estudiar el contexto político y económico de los medios y la cultura, y es un acérrimo cuestionador del imperialismo cultural, afirmando que, “culture is strongly embedded in technology and that such embedded culture must be critically examined and judged before technology is adopted” (Bates, 1998, pág. 78) .

El estadounidense Hebert I. Schiller (1919 – 2000), centró sus primeros estudios en los procesos de asignaciones de frecuencias del espectro radioeléctrico como recurso natural, exponía que, “el espectro radioeléctrico se debía considerar de la misma manera que el petróleo o el carbón, como un recurso, que no era ilimitado” (Mosco, Entrevista a Herbert I Schiller, 1993, pág. 6)

Dentro de sus publicaciones más significativas resaltan: *Mass Communication and The American Empire* en 1969, exponiendo la relación entre los medios de comunicación masiva y el poder militar (Analogía Institución privada- Institución gubernamental); *Mind Managers* en 1973, donde evidencia el funcionamiento del sistema de medios de comunicación de Estados Unidos y las herramientas que el Estado implementa para obtener la aceptación de la ciudadanía con sus diferentes proyectos políticos; *Information Inequality* publicado en 1983 donde plantea que la desigualdad de acceso a la información y el contenido empobrecido y carente de valor informativo que se ofrece a la sociedad han profundizado la ya existente crisis social nacional, puntualizando la importancia del sector audiovisual ya que son empleadores y facturan grandes cantidades de dinero, asimismo, influyen en las naciones en sus idearios por la transmisión de valores simbólicos.

Su última obra *Living in the Number One Country: Reflections from a Critic of American Empire*, del año 2000, que como su título lo expone realiza un resumen y reflexiona

sobre sus posturas y estudios sobre el imperialismo cultural del sistema neoliberal predominante en Norte América. Segovia (Op. Cit. pág. 19) comparte que sus tres mayores aportes son: “La idea del imperialismo cultural, unidas a las políticas de comunicación de EE. UU. desarrolladas en el siglo XX, la industria de los medios de comunicación de masas y su relación con la publicidad y la concentración y corporativización que se está produciendo en el sector de la comunicación y la cultura en su sentido más amplio, haciendo hincapié en sus consecuencias”. Identifica cómo el libre flujo de la información provocó que la política estadounidense evolucionara afectándonos hasta hoy en día, donde se evidencia que Estados Unidos ejerce una gran influencia y ha logrado adoctrinar principalmente a sus pequeños vecinos latinoamericanos manteniendo su hegemonía y supremacía global.

En base a las aportaciones antes estudiadas en la escuela norteamericana se identifica que la Economía Política de la Comunicación se centra en conocer el funcionamiento y sistema de la estructura económica y propiedad de los medios de comunicación, tiene como objetivo primordial el develar como el sistema de las industrias culturales operan y difunden sus productos mediáticos, no solo centrándose en la producción y generación de beneficios económicos, sino, también en conocer el método para difundir contenidos ideológicos y su impacto social en los públicos. Es decir, conocer los procesos políticos, sociales y culturales que se relacionan con la economía y los contenidos ideológicos que difunden las plataformas mediáticas.

Asimismo, en Europa los académicos Nicholas Garnham, Peter Golding, Graham Murdock y Armand Mattelart estudiaban y analizaban la economía política de la comunicación desde un punto de vista social, político, e histórico donde las estructuras de los medios de comunicación fungen como empresas y organizaciones multidimensionales que al articularse con otras compañías construyen las estructuras simbólicas de poder dentro de la

sociedad. Murdock y Golding enfocan sus estudios desde la perspectiva que los medios de comunicación producen cultura como una mercancía para su posterior distribución, y ser consumido como un bien simbólicos. Murdock realiza sus tesis desde la perspectiva de los procesos de producción y consumo donde el capitalismo mercantil se desarrolla al capitalismo industrial para satisfacer los deseos y demandas del mercado.

Nicholas Garnham (1983) es reconocido por sus aportes referente a que estableció que la cultura a través de los productos audiovisuales es la mercancía (materialismo cultural) y que por medio de la venta publicitaria se genera plusvalía, por ende, no solo se puede estudiar a los medios de comunicación desde el punto de vista de idearios sino de la generación económica que estos producen:

Indeed, one school of economic thought has argued that the shift from competitive to monopoly capitalism was a shift from an economy in which demand was dominant to one in which supply, in order to overcome underconsumption tendencies, had to create and manage demand. The development of mass media systems as carriers of advertising was centrally necessary for this process, which at the same time created the conditions of existence for those same media (pág.322).

Sobre la producción cultural y acuñado por Enzensberger como la “Industrialización de la mente”, se puede indicar que la cultura es un fenómeno superestructural en relación con las formas no culturales de producción material y que la cultura como parte de una producción esta intrínsecamente relacionada con los principios de desarrollo del capital (Garnham, *Concepts of culture: Public policy and the cultural industries*, 1987).

Graham Murdock y Peter Golding (1973, 1977) por ejemplo, argumentan que la industrialización de los medios de comunicación durante el siglo XX requirió de un análisis económico marxista, vinculado a una comprensión de cómo tales procesos dejaron

consecuencias rastreables y establecieron amplios límites para la expresión cultural. Según ellos, el desarrollo de los medios capitalistas comienza con la industrialización y comercialización de las formas culturales que ya existían fuera del mercado. Constreñidas por tales realidades, pero impulsadas por el imperativo interminable de crecer o morir, las empresas de medios adoptan estrategias de consolidación (integración horizontal y vertical), diversificación en nuevas áreas (especialmente el mercado del ocio) e internacionalización.

En versiones posteriores de sus trabajos, añaden que los Gobiernos desempeñan un papel importante en la expansión de los mercados al privatizar empresas de telecomunicaciones y emisoras de propiedad pública, comercializar medios de servicio público y liberalizar el acceso al mercado de estas industrias para los inversores nacionales y extranjeros (Murdock y Golding, 2005).

Armand Mattelart en su libro *La mondialisation de la communication* (1996) plantea los conceptos de mundialización-globalización e internacionalización en relación a los medios de comunicación y cómo estos están reconfigurando la organización del mundo como un proceso de universalización. Una de sus principales preocupaciones es que, al desarrollarse los medios de comunicación y la tecnología, asimismo, se reproducen las desigualdades al existir un libre mercado y exhorta a analizar sobre la globalización y la concentración de los medios y sus efectos en las sociedades contemporáneas. Asimismo, analiza sobre el papel de la industria publicitaria y el imperialismo cultural que son potenciados por el desarrollo avanzado de la tecnología.¹¹

Los estudios antes mencionados muestran la evolución en los procesos de creación, comercialización y difusión de los productos y servicios culturales, por su parte Mastrini

¹¹ *Advertising International: The Privatization of Public Space* (Routledge, Londres, 1991). *La publicidad* (Paidós, Barcelona, 1991).

(2014) indica que el modelo capitalista “fordista” de la cultura está basado en la generación y control de la escasez de las mercancías culturales; por su parte Maiso (2018, pág. 135) destaca que el modelo de producción está transformándose debido a la evolución del capitalismo, en concreto con su entrada en una fase post- liberal.

En esa línea Bustamante en su libro *La televisión económica* (1999) detalla que los académicos críticos, al realizar estudios observaron que la televisión es una plataforma de influencia política- ideológica y que a través de la publicidad se convirtió en una industria indispensable para el desarrollo de la economía mundial, tomando en cuenta sus rasgos como un elemento que hace que el capital esté en continuo movimiento, y que los productos audiovisuales crean necesidades y masifican el consumo.

La naturaleza compleja del sector audiovisual está compuesta principalmente por la producción de contenidos, la programación que se relaciona a la plataforma que se utiliza (por ejemplo, un televisor) y a la difusión la cobertura y alcance que está en transformación por la innovación tecnológica y avances permanentes del sector. Es así como la televisión es líder en la industria cultural por la significancia de la oferta y por la demanda que tiene (consumo masivo) y porque genera un capital simbólico que es intercambiado por un valor económico.

De la misma forma en Latinoamérica surgió el interés por estudiar cómo la industria de medios de comunicación se organizaba para producir, comercializar y distribuir información, entretenimiento y cultura. Califano (2021) destaca que académicos comprometidos, indagaron por estudiar la perspectiva latinoamericana de la Economía Política de la Comunicación cuestionando “las relaciones de poder y las desigualdades en materia comunicacional, con los movimientos sociales por la democratización de las comunicaciones y con la formulación de políticas de medios” (pág.87).

El impacto de los medios de comunicación en la economía regional y mundial evidenciado por su aporte al Producto Bruto Interno (PBI) y su relación e influencia sobre el Estado y sociedad, difusión de idearios y concentración de propiedad incentivó que en los años sesenta el venezolano Pasquali (1976) divulgara el libro *Comunicación y cultura de masas* en tres ediciones (1963, 1972 y 1976) donde expone un estudio socioeconómico de los principales medios de comunicación en Venezuela y destaca sobre la necesidad de establecer “políticas de planificación de las comunicaciones masivas, como factor resolutorio del subdesarrollo cultural”. Asimismo, resalta la urgencia histórica que los medios de comunicación deben de poseer genuinamente una independencia política, económica y cultural con el propósito de promover el autoconocimiento crítico en la población.

También en Venezuela sobresale el sociólogo Oswaldo Capriles (1935-2014), se destacan las publicaciones: *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela* (1976), *Comunicación y cultura en el reino de Big Brother* (1984) y *Poder político y comunicación* (1996). Su obras estudian la compleja relación del Estado democrático, grupos de poder y medios de comunicación bajo un enfoque crítico. También enfatiza la diferencia entre medios de comunicación masiva y medios de difusión masiva, puntualizando que diálogo no es igual que monólogo. Se recalcan también sus aportes diseñando la política de radiotelevisión en Venezuela en 1974 y el escrito para la elaboración del informe McBride ante la UNESCO en 1979.

En Argentina se identifican a los académicos Heriberto Muraro, y su publicación *Neocapitalismo y comunicación de masa* (1974), analiza el sistema de medios de comunicación y la influencia que tienen estas empresas monopolísticas en latinoamerica para promover idearios. Margarita Graziano publicó *Los dueños de la televisión Argentina* (1974) donde realiza un diagnóstico del sistema de medios argentinos y expone sobre “la inexistencia

de un estudio más o menos completo sobre el medio, que brinde la apoyatura informativa que requiere todo intento de transformación del mismo” (pág. 177). Por su parte, Guillermo Mastrini, Martín Becerra y Ana Bizberge se destacan por sus valiosos estudios que fortalecen la teoría y enfoques de la Economía Política de la Comunicación, sus publicaciones son sobre concentración y estructura de medios en América Latina, monopolios y conglomerados mediáticos, análisis de las políticas de comunicación y convergencia (Mastrini, et al., 2005, 2006, 2009, 2013, 2017, 2021).

En México, la profesora Delia Crovi Druetta (2002) ha desarrollado una carrera académica publicando estudios sobre el desarrollo de las industrias audiovisuales mexicanas, digitalización y brecha tecnológica. En Uruguay, Daniela Monje (2013) se destaca con su tesis *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007* donde realiza un análisis de las políticas de comunicación de Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay.

En Bolivia Luis Ramiro Beltrán y la estadounidense Elizabeth Fox de Cardona publicaron *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina* (1980) donde se plantea la necesidad de buscar modelos para hacer frente a la hegemonía cultural de Estados Unidos sobre Latinoamérica. En esa misma línea en Chile, se destaca la obra *para leer al Pato Donald* (2002) de Ariel Dorfman y Armand Mattelart, donde se analizan los dibujos comercializados por Disney, y se enfatiza que desde temprana edad los niños están expuestos a la colonización cultural de Estados Unidos creando un vínculo simbólico con los más pequeños.

En Brasil el profesor César Bolaño, ha aportado en temas de economía política de Internet, comunicación y desarrollo y sistema de medios televisivos; en su libro *industria cultural, información y capitalismo* (2013) expone sobre la necesidad de reflexionar y

conocer los nuevos modelos de producción, los ciclos del trabajo inmaterial, y relaciones entre trabajo y valor de los productores culturales. También es presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y de los fundadores de la Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC). Otros investigadores destacados de la escuela Latinoamericana son Albornoz y García (2012) con sus estudios sobre convergencia digitalización y Televisión Digital Terrestre.

Abordar estudios de economía política de comunicación desde una perspectiva marxista crítica integradora seguirá siendo una propuesta enriquecedora para hacer frente a la problemática latente del sistema capitalista moderno y su manejo del poder estructural y los procesos de acumulación de capital.

Es imperante establecer las restricciones sobre el contenido que los medios producen que legitiman las clases sociales dentro de la sociedad y profundizar en cómo operan a largo plazo estas empresas culturales, es decir, las relaciones entre los productores y consumidores, la historia nos narra que las casas televisores y productoras de contenidos audiovisuales buscan bajo toda medida el poder operar sin una normativa, control y en la mayoría de los casos sin el compromiso de construir ciudadanía y consciencia social colectiva ya que el negocio y la producción de riquezas es mayor. El consumo de contenido audiovisual masivo y la reproducción de ideologías es latente y como se hará frente a ello depende de las estrategias que se implementen a través del Estado, sociedad y academia.

2.2 Políticas públicas de comunicación

En inglés se utilizan los términos de *policies*, *politics*, and *polity*, que traducidos al español es “POLITICA”. Estos tres términos tienen diferentes significados y detallan la

naturaleza o el objetivo que se persigue según la actividad y sistema. *Policies* se refiere a las políticas públicas, la legislación y acciones integrales; *Politics* describe el debate de los grupos, públicos e instituciones, a la actividad política y su juego, búsqueda de ganar el poder y tener la autoridad y *Polity* lo definimos como el sistema político.

De acuerdo con Dente y Subirats (2011) estudiar los procesos de *policy-making* significa estudiar los métodos decisionales donde se analizan y se desechan alternativas para conseguir un resultado, el no hacer nada frente a un problema, el decidir no decidir, también es una opción¹². Es decir, dejar las cosas como están (pág.538). El implementar una política pública debe de ser con el fin de transformar y cambiar una situación existente en la sociedad y se debe de tener presente que este es un proceso dinámico, que es formulado y aprobado por el Gobierno y que debe de buscar el bien común, es decir, beneficiar a una gran mayoría de la población.

Existen diversas definiciones sobre lo que es una política pública, entre ellas Robert Eyestone lo define como "la relación del Gobierno a su entorno", por su parte, Richard Rose define que "La política pública no es una decisión, es un curso o patrón de actividad", mientras que para Carl Joachim "La política pública de opinión de Friedrich es un curso de acción propuesto por una persona, grupo o gobierno dentro de un entorno dado que brinde oportunidades y obstáculos que la política se propuso utilizar y superar en un esfuerzo en alcanzar una meta y realizar un objetivo o propósito".

En ese sentido se identifica que dentro de los Estados y Gobiernos existen diversas políticas públicas acorde a las áreas y disciplinas, como un subsistema las "políticas de comunicación", según Mastrini (2013, pág. 107) son decisivas para definir un sector

¹² Thomas Dye "políticas públicas es todo aquello que el gobierno decide hacer o no hacer".

audiovisual que por tradición ha tenido la poca participación de la ciudadanía, sobre la clase política estos tempranamente percibieron la importancia de los medios de comunicación en el proceso de distribución de la información con la que la ciudadanía tomaba sus decisiones, mientras que el sector empresarial requería del Estado para garantizar la emergencia de un mercado fuerte.

Sierra Caballero (2006) plantea el término Política de información y comunicación (PIC) y define que este:

Comprende la integración de objetivos de la organización de los medios, tecnologías y contenidos de comunicación pública, integrando diversos actores, niveles de análisis y formas de intervención distintos, así como problemas políticos, económicos y culturales relacionados con el proceso general de desarrollo de los Estados Nacionales, regiones y comunidades locales y hasta de organizaciones supranacionales. (pág. 27)

Bajo esa misma línea la UNESCO lo define en el Artículo 4.6 como (2005):

Las “políticas y medidas culturales” se refieren a las políticas y medidas relativas a la cultura, ya sean estas locales, nacionales, regionales o internacionales, que están centradas en la cultura como tal, o cuya finalidad es ejercer un efecto directo en las expresiones culturales de las personas, grupos o sociedades, en particular la creación, producción, difusión y distribución de las actividades y los bienes y servicios culturales y el acceso a ellos. (pág.7)

En este sentido, Sarikakis (2004) propone que las políticas de medios y comunicación son todos los principios y el conjunto de normas que guían las decisiones de las autoridades estatales para los medios de comunicación. A hablar de políticas del audiovisual, esto

comprende los contenidos, propiedad, infraestructura técnica, espectro radioeléctrico y su desarrollo y las relaciones de poder entre los medios de comunicación, la sociedad, gobierno y el mercado. Todo esto se realiza por medio de una institución que gestiona los derechos y obligaciones de los comunicadores y sus empresas culturales, y el fin supremo de esta actividad es la de salvaguardar la integridad de los periodistas, fijar estándares publicitarios.

Las políticas públicas afectan todas las áreas de vida de los ciudadanos, por ejemplo: Si se aprueba una política pública sobre la privatización de la educación esto implicaría que muchos jóvenes no podrán acceder a la educación pública de calidad, sentenciando al país entero al subdesarrollo; Si no se aprueba una política pública sobre transporte e infraestructura, no se construirá una nueva carretera y esto provocará aumentos en los costos de producción ya que el traslado del producto a de un sitio a otro será mayor, los ejemplos son innumerables y es por ello que todo ciudadano debe de tener un conocimiento e interés sobre la formulación y aprobación de las políticas públicas de su Gobierno ya que la forma y los procesos empleados en la toma de decisiones para resolver un problema afecta a todos.

Siguiendo un modelo heurístico planteado por Lindblom (1980), se comprendería el ciclo de formación de las políticas públicas, de la siguiente forma: Primero el surgimiento de un problema que afecta a una gran mayoría de la población es percibido por la sociedad como tal y los medios de comunicación lo visibilizan convirtiéndose en un asunto de interés público, en esta fase se define el problema. En la segunda fase, este problema es incluido en la agenda nacional lo que llevará a un proceso de debates legislativos, académicos y sociales para encontrar una posible respuesta al problema y se formulará una política pública. La tercera fase, comprende la implementación, donde se ejecuta el acuerdo y puede ser plasmado en una ley que idealmente se ejecutará por medio de un plan de acción. En ocasiones se dan transiciones y se deben de hacer ajustes burocráticos de *micromanagement* y en otras

ocasiones son de cumplimiento inmediato. Seguidamente, la fase de monitoreo y evaluación donde se procura comprobar si se resolvió o no el problema y si alcanzaron los objetivos trazados.

Sin embargo, este modelo es demasiado lineal y simple y no se puede obviar que algunas políticas públicas se pueden plantear no para solventar un problema sino para justificar alguna función de Institución de Gobierno o proyecto burocrático o fascista. Lo que conllevaría no al desarrollo y mejora de la sociedad, sino, a una involución definido por la RAE (2020) “como la detención y retroceso de una evolución biológica, política, cultural y económica.”

Un clásico en el estudio de las políticas públicas es *The Policy-Making Process* de Charles Lindblom (1980) donde señala que al hablar de políticas públicas se tiene como elementos los procesos, decisiones y los resultados sin dejar a un lado todos los intereses, poderes y conflictos a resolver que deben de ser enfrentados por medio de la colaboración de los actores considerando varias opciones y realizando acciones específicas para la resolución de un conflicto. El estudio de las políticas públicas es un estudio de poderes en conflicto y los procesos de las tomas de decisiones.

Cowhey y Aronson (2009, pág. 2) manifiestan que “policy is imperfect because too little is known to understand all the dimensions of an issue, because the tools for intervening in markets lack the precision of a surgeon’s scalpel, and *because significant compromise is necessary in political and economic bargaining*”. En esa misma línea McQuail (1999, pág. 32) analiza que algunas de las preguntas y retos que enfrentan los *policy makers* son las siguientes:

1. Decidir entre promover las dinámicas del mercado o la estabilidad

2. Qué balance mantener entre los roles de lo público y lo privado
3. Cómo financiar cualquier sector público
4. Qué instrumentos de *policy making* utilizar y para qué fines, (por ejemplo, intervenciones económicas, movimientos legales y regulatorios, presiones políticas y públicas, autorregulación y otras iniciativas que nacen del mismo sistema)
- 5.Cuál es el nivel de injerencia y presión que se puede hacer para aprobar una *policy* según su estructura y contenidos
6. Hasta dónde puede llegar el poder regulatorio, si es viable concentrarlo en una sola institución o hacer partícipes a otras instituciones.
7. Si se deben o no mantener una política nacional o si se debe de entrar a regulaciones internacionales por medios de acuerdos regionales.

En base a dicho planteamiento se entiende que la implementación de una política pública solo es una herramienta para ayudar a resolver un problema de interés colectivo y que para ello es necesario que todos los actores manifiesten un compromiso significativo, de lo contrario el proceso será una continua lucha de poder y de posiciones y no se logrará resolver el problema de raíz. Siguiendo a Bizberge (2019) la investigadora argentina manifiesta que:

En síntesis, se entiende que la política pública como tal remite a un proceso de carácter político ya que, al igual que la definición del problema, supone conflicto y negociación entre distintos actores. Por un lado, da cuenta de la correlación de fuerzas y distribución del poder al interior del propio aparato estatal, así como también en la relación entre actores públicos y privados ya que, a partir de la toma de posición del Estado, otros actores redefinen posiciones. (pág. 72)

Se ratifica según dichas afirmaciones que una política pública se forma primero definiendo qué es un problema de carácter público y qué no lo es, al definir un problema se debe de pensar en las diferentes alternativas para su solución; al hablar de políticas públicas, también hablamos de actores decisivos, grupos de poder y presión (stakeholders) que buscan obtener logros acordes a sus intereses. Algunos de estos pueden ser: políticos legisladores, gobierno, gremios, votantes, académicos, medios de comunicación, trabajadores y sindicatos, burócratas y funcionarios públicos, partidos políticos, empresarios, organismos internacionales, entre otros. Que buscarán impulsar los procesos de políticas según su grado de influencia e intereses. En el caso de los políticos, estos deben de realizar un análisis entre el costo-beneficio de cada posible solución y consideran los elementos social-político y técnico.

Esto es detallado por Napoli (2001), donde establece que existen diferentes niveles: privado (empresas, conglomerados, sociedad civil), burocráticos (instituciones especializadas), políticos (Partidos políticos y Gobierno en turno) y judiciales (corte suprema de justicia).

Para que una sociedad sea funcional y pueda desarrollarse es fundamental que existan consensos entre los actores e interesados. Es aquí donde la Administración pública (El Estado) u otro ente implementa políticas públicas con el propósito de organizar y crear programas que son ejecutados por funcionarios públicos, Spiritto (2020) indica que “no basta con que se tome una decisión para que esta se implemente. En este sentido, la gerencia pública (public management) busca formas para que las ideas y propuestas sean implementadas eficientemente mediante la acción de las unidades administrativas” (pág. 191).

Esta última idea se refiere a que hay decisiones o soluciones a problemas, que técnica y económicamente son viables pero que el costo social y político es elevado según su

perspectiva ya que hay grupos de poder que estarán en contra de esa decisión que afecta sus intereses. Es allí, donde la democracia no se circunscribe solamente a ejercer el sufragio, sino a empujar, manifestarse, presionar, participar, vigilar y accionar patrióticamente para influenciar la formación de políticas públicas que tengan beneficios para la gran mayoría de la población.

Existen heterogéneos enfoques para definir qué es una política pública, sin embargo, en el presente estudio se entiende y define una política pública como una actividad que va más allá de la simple aprobación de una ley nacional, y que conlleva consigo elementos intangibles como los aspectos culturales, sociales, económicos, de interés público, el de valor compartido, participación ciudadana, entre otros, del país y de la región que buscan dar una solución viable a un problema de interés común.

Todo proyecto conlleva una negociación; y es por ello que siempre habrá grupos que pierden y otros que ganan, hablar de un *interés general* puede resultar en ocasiones utópico, ya que los seres humanos no somos homogéneos y dependiendo de la posición, necesidades, valores, idearios, educación e intereses las posturas ante ciertas situaciones pueden ser distintas, dicho en jerga común, “cada quien siempre busca llevar agua a su propio molino” y puede que sus justificaciones sean válidas. Es allí, donde uno de los principales retos en la formulación de las PP es el de actuar y decidir en función de los costos y beneficios. Teniendo en cuenta a Lowi¹³, se relaciona un esquema entre políticas y política por categorías funcionales según el grado de coerción que ejerce el Estado sobre los diferentes actores de la siguiente forma:

¹³ Versión Original: Lowi, Theodore 1964: “*American Business, Public Policy, Case Studies and Political Theory*”, en *World Politics*, XV 1964, pp. 677-715.

1. Políticas Regulativas: de enfoque conductual individual donde se aplican sanciones al ciudadano si no cumple la ley.
2. Políticas Redistributivas: El estado ejerce una fuerte coerción sobre los colectivos ya que se redistribuyen fondos de un sector a otros.
3. Políticas Distributivas: Donde el Estado brinda servicios como educación, salud, y se asignan privilegios y recursos a cada uno.
4. Políticas Constitutivas o Constituyentes: tiene un mayor impacto en la sociedad ya que se modifican regímenes o administraciones políticas y estatales.

Bajo este análisis se identifica que las políticas públicas de comunicación pueden ser clasificadas como, “Políticas redistributivas”, donde el Gobierno puede ejercer una fuerte coerción sobre los medios de comunicación al ser el administrador del espectro radioeléctrico y puede asignar fondos de un sector a otro.

La importancia de las políticas públicas de comunicación radica en que al existir una creciente mercantilización de la producción cultural; el hablar y discutir sobre cómo dar respuesta a los problemas de concentración, procesos de producción, administración de los escasos bienes públicos, garantizar el acceso a la información, asegurar el derecho a la libertad de expresión, fomentar y proteger los medios de servicio público, aminorar la desigualdad social, proteger a los comunicadores, entre otros. Solo puede hacerse bajo el amparo de un marco legal y jurídico.

Hoy en día, cada vez son más los académicos¹⁴ que buscan con sus investigaciones y enseñanzas contribuir para la construcción de una sociedad más justa, plural e igualitaria

¹⁴ En la actualidad podemos mencionar a Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (Ulepicc) y a la International Association for Media and Communication Research (IAMCR) con su sección de economía política de comunicación.

desde el campo de la economía, comunicación y derecho, dando posibles soluciones a estos temas que han estado en la mesa de discusión por más de medio siglo. La revista Argentina *Causas y Azares* en su publicación de 1996, ya recomendaba:

En tiempos de concentración multimediática resulta absurdo no discutir políticas nacionales de comunicación; en tiempos de hegemonía de industrias culturales de aparente pluralidad discursiva y estética es igualmente insostenible no auspiciar prácticas alternativas; en épocas en que modelos culturales homogeneizadores se disimulan en la globalización cultural, las culturas de los sectores subalternos no pueden quedar reducidas a meros objetos de estudio (pág. 6).

Sobre las políticas públicas de comunicación Becerra y Mastrini (2019, pág. 32) sostienen que ha existido una tradición regulatoria en medios y en telecomunicaciones. La primera se ha centrado en la ordenación del sector bajo parámetros de diversidad en el marco de la libertad de expresión, contenidos televisivos (franja horaria, publicidad, cuotas nacionales e internacionales, etc.) y límites en la propiedad, entre otras; la regulación en telecomunicaciones se ha enfocado en la asignación y administración de las frecuencias del espectro radioeléctrico, la cobertura geográfica y precios de servicio bajo parámetros establecidos; sin embargo, el uso masivo del teléfono celular y la comercialización del Internet demanda que los profesionales realicen estudios profundos sobre la convergencia de medios, servicios y productos mediáticos con una perspectiva integradora y holística.

Cuilenburg y McQuail (2003) también sostienen esta postura en la que tradicionalmente ha existido una división en cuanto a las telecomunicaciones y emisión de contenidos audiovisuales, se han creado legislaciones y políticas por separado. En ese mismo

enfoque, Murciano (2005) plantea que “se diferencian tres grandes modelos en las políticas tradicionales de comunicación. Estas son fundamentalmente: las políticas relacionadas con la prensa y la imprenta; las políticas de servicio público en radio y televisión; y las políticas de telecomunicaciones” (pág.377). En la presente tesis, aunque se aborde el tema de asignación de frecuencias y administración del espectro radioeléctrico, se enfocará en el análisis de las políticas públicas de emisión de contenidos televisivos.

Las políticas públicas de comunicación han sido decisivas para reconfigurar las posiciones de poder dentro de la sociedad y el ordenamiento del sector audiovisual, sin embargo, la ciudadanía no ha participado de manera activa en su creación, aprobación y ejecución. Por otra parte, la clase política es consciente del poder que tienen los medios en ser formadores de opinión pública y que al visibilizar temas provocan y les obligan (Gobierno en turno) a incluir estos temas en sus agendas debido a la presión social (agenda setting) (Guzmán Mendoza, 2015).

2.2.1 Libertad de expresión/derecho a la información

Al hablarse de regulación de medios o implementación de políticas públicas, el primer cuestionamiento que se plantea es referente a los tópicos de libertad de expresión y el derecho libre que tienen los ciudadanos de informarse y de informar a otros. Específicamente los conceptos de libertad de expresión fueron los primero en incorporarse en las Constituciones de los países y tras el esfuerzo fallido del NOMIC en la década de 1980, la pérdida de autoridad de la UNESCO por la falta de recursos económicos al reducir su financiación cuando USA y el Reino Unido deciden retirarse, los estudios y debates se centraron en este tema por los siguientes años (Quirós, 2013).

El movimiento Global de Amnistía Internacional detalla que la Libertad de expresión implica el poder comunicarnos y expresarnos libremente y que este es un derecho fundamental para vivir en una sociedad justa y abierta (Amnistía Internacional, 2021). En esa misma línea Tobón Franco (2015) detalla que es un derecho que las personas tienen de expresar sus opiniones, ideas, sin limitación alguna a través del medio y la forma que escojan, este derecho tiene 2 dimensiones, la individual y la colectiva, refiriéndose esta última a que las personas puedan recibir información por parte de un emisor. Este privilegio se destaca dentro de los ordenamientos jurídicos en diferentes dimensiones (pág. 12):

1. Políticas: es esencial para tener sociedades democráticas
2. Filosóficas: es un instrumento para buscar la verdad sin restricciones.
3. Personales: Permite la búsqueda y autorrealización individual.
4. Culturales: Favorece la creación y el aumento del patrimonio cultural y científico de una sociedad

Por otra parte, López Ayllón (1984, citado en Hernández, 2015) define el término de derecho a la información como un conjunto de tres facultades interrelacionadas: difundir, investigar y recibir información; agrupadas en dos vertientes: a) el derecho a informar y b) el derecho a ser informado. Así mismo, Loreti (1995) comparte que el derecho a la información engloba otros aspectos como la libertad de expresión, opinión, de prensa, de fundar medios de comunicación, informar, manifestarse, pensamiento. Pero el concepto de derecho a información es un término amplio que ha ido evolucionando en la ciencia política. Sobre los derechos algunos de estos son (pág.8):

- En relación con el informador:
 - derecho a no ser censurado en forma explícita o encubierta
 - derecho a investigar informaciones u opiniones

- derecho a difundir informaciones u opiniones
 - derecho a publicar o emitir informaciones u opiniones
 - derecho a contar con los instrumentos técnicos que le permitan hacerlo
 - derecho a la indemnidad del mensaje o a no ser interferido
 - derecho a acceder a las fuentes
 - derecho al secreto profesional y a la reserva de las fuentes
 - derecho a la cláusula de conciencia.
- En relación con el informado:
 - derecho a recibir informaciones y opiniones
 - derecho a seleccionar los medios y la información a recibir
 - derecho a ser informado verazmente
 - derecho a preservar la honra y la intimidad
 - derecho a requerir la imposición de responsabilidades legales
 - derecho a rectificación o respuesta.

Habermas (1981) realizó un estudio en el que detalla que la libertad de expresión fue fundamento del ideario liberal del siglo XVIII y desarrolla el concepto de la esfera pública donde se dieron transformaciones significativas en la idea de lo privado y lo público. La libertad de expresión se concebía como un derecho que limitaba al Estado para censurar, sin embargo, posteriormente debido al crecimiento de los medios de comunicación y al cambio de sus objetivos y motivaciones primarias como el de informar y el de servicio público; se vio la necesidad de que el Estado debía de intervenir ya que la sociedad industrial burguesa se afianzaba y con el proteger sus intereses.

Los organismos e instituciones que abogan por la libertad de expresión y el derecho a la información son muchos. La UNESCO en 1948 promovió la Declaración Universal de los Derechos Humanos por la Asamblea General de las Naciones Unidas, que detalla:

Artículo 19: Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión (UNESCO, 1948).

Asimismo, se encuentra el artículo 4 de la de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, aprobada en la IX Conferencia Internacional Americana que establece el derecho de libertad de investigación, opinión, expresión y difusión estableciendo, “Toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión y de expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio” (OEA, 1948).

Seguidamente se llevó a cabo la Convención Americana sobre Derechos Humanos - Pacto de San José de Costa Rica en 1969, que detalla en el artículo 13: “Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, o por cualquier otro procedimiento de su elección”. A la vez que existen limitaciones, el respeto a los derechos de los demás. El derecho de uno termina donde comienza el de los demás, es decir, hacer uso de un derecho sin perjudicar al prójimo; y la protección de la seguridad nacional y orden público (OEA, 1969).

Así también se han llevado a cabo importantes eventos como la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) organizado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), desarrollada en dos etapas en Ginebra 2003; y en Túnez, en 2005

donde se desarrolló el foro Social Mundial Sobre los Derechos de la Comunicación entre otros. Estos espacios buscan plantear nuevas alternativas para hacer frente a los problemas de la brecha digital y la desigualdad en las sociedades, así como asegurar los principios de protección, inclusión, diversidad y participación (Rodríguez G. S., 2005).

Sobre la libertad de prensa y la libertad de información en los medios, corolarios de la libertad de expresión y pensamiento, La UNESCO “considera que estos derechos son los fundamentos de la democracia, el desarrollo y el diálogo, y son básicos para la protección y la promoción del resto de los derechos humanos”. El 3 de mayo se celebra el Día Mundial de la Libertad de Prensa donde cada año se afirma la importancia de conservar la información como un bien público y se analiza el futuro de los medios de comunicación. María Rosa González, consejera regional de comunicación e información de la UNESCO para América Latina y el Caribe expone:

The ruthless forces of hate speech and polarized narratives foster confusion when attempting to identify what content is trustworthy in times when it is essential to acknowledge information as a right that belongs to all of us (UNESCO, 2021).

La información y la comunicación no puede ser concebida como una mercancía, ya que eso provoca que solo el que puede pagarla tendría acceso a ella, las libertades a emisión de pensamiento y derecho a la información son privilegios que hay que proteger:

The main determinant of people’s access to media and information, Schiller (1989) asserted, was not citizens’ right to know or to communicate -- as theories of the free press and democracy presuppose -- but the ability to pay. The upshot is that when information is a commodity and all else takes a back seat, inequality is the norm. Following Marx’s injunction that the critique of capitalism starts with the commodity,

Schiller and Smythe began their respective analyses with the media economy's central commodities: audiences and information. (Winseck, 2017, pág. 91)

Owen Fiss profesor de la facultad de derecho en Yale (1999) detalla sobre los peligros de la manipulación que atentan contra la democracia en ocasiones a través del Estado y cómo ésta en momentos de la historia se definió como opresora y ente de censura, pero también se debe de reconocer que solo el Estado legítimamente puede velar por los derechos de la libertad de expresión, divulgación y comunicación, al final es el único que puede poner límites y contrarrestar en temas como concentración, competencia y correcta administración de espectros radioeléctricos, entre otros.

Los medios masivos de comunicación promueven continuamente el discurso sobre la libertad de expresión, como una bandera en la cual ellos pueden hablar y comunicar sin ningún tipo de restricción y acusan a los Estados y Gobiernos de violentar este derecho cuando se aprueba una política pública que busca el correcto funcionamiento del sector audiovisual y para garantizar así en bien común y el interés público.

La libertad de expresión y el derecho a la información también tiene una condición limitada en lo político y jurídico ya que se expresa en hacer uso de un derecho colectivo y una libertad individual. Pero se debe de ejecutar sin afectar la misma condición que posee el prójimo. En ese sentido es imperante construir sistemas, proyectos, leyes y políticas públicas que respeten y garanticen estos derechos y obligaciones para salvaguardar la cultura democrática de los países, solo por mencionar algunos de estos:

1. El acceso a internet para la educación e información. En tiempos de pandemia quedó evidenciada la necesidad de contar con sistemas integrales para informar y educar a la población sobre temas que afectan al mundo entero.

2. Acceso equitativo del uso del espectro radioeléctrico. Radio y televisión, en las zonas rurales de Latinoamérica estos medios de comunicación poseen gran influencia y cobertura.
3. Realizar estudios académicos con el propósito de establecer nuevos modelos de comunicación por medio de instituciones integrando la participación de diferentes grupos de la sociedad.
4. Leyes de protección para comunicadores y programas de capacitación para ellos

También, así como existen los derechos a la información y se tiene la libertad de expresarse, de igual forma los ciudadanos tienen derecho a su privacidad, a que su integridad humana sea respetada no levantando falsos testimonios o calumnias, a que se le garantice el derecho al honor, a su intimidad personal y familiar, derecho a la protección infantil, derecho y respeto a la mujer, etc. Y es aquí donde se identifica el amparo legal y ético para regular los contenidos audiovisuales con el fin de proteger estos otros derechos, expresado por Chinchilla Marín (1988, pág. 25):

Es de capital importancia que nuestra norma suprema haya añadido que dicha información ha de ser veraz. No puede imponerse la veracidad a la libertad de expresión, ni siquiera puede predicarse del derecho a comunicar información (no se concibe el derecho a informar ‘verazmente’ y sí la obligación de informar de esta forma). Si respecto de algo puede exigirse la veracidad es de la información a la que tiene derecho el público.

2.2.2 Interés público/Servicio público

La teoría del servicio público planteada por el jurista francés León Duguit (1859-1929) establece que el Estado es una organización social constituida esencialmente por un

conjunto de servicios públicos. Esta es una actividad controlada y reglamentada por los Gobiernos con el fin de satisfacer necesidades generales de la población y son aseguradas por medio de la administración pública. Esta acción da legitimidad a los Estados y el principio jurídico fundamental del servicio público es la solidaridad, necesaria para combatir la desigualdad desde la agenda pública mediante el poder que tiene el Estado frente a los sistemas neoliberales que abogan por la desregulación de las relaciones económicas y sociales (Rodríguez Lozano y Garza Hernandez, 2020).

Los servicios públicos se establecen porque existe un interés público, una necesidad colectiva que debe de ser resuelta y que está sujeta a condiciones políticas, sociales y económicas. Villalobos Jiménez (2006) detalla:

Cuando se denuncia la corrupción de un funcionario público y se oculta la de otro, se abandona el interés público. Se destaca la posición prevalente de la libertad de información que es ejercida por los profesionales de la información a través de la prensa como vehículo institucionalizado de formación de la opinión pública en un Estado Democrático, cuando aquellos casos en que los pensamientos, ideas, opiniones o informaciones que se refieran a asuntos de interés general, y no a conductas privadas cuya difusión es innecesaria para la formación de opinión pública libre. (pág. 89)

Bajo ese mismo concepto, la administración pública se ejecuta a través de un servidor público, que es un empleado de las instituciones estatales que trabaja prestando servicios en base a la función y dignidad del sector público. Estos servidores públicos deben de cumplir con su rol social acorde a sus aptitudes, conocimientos, competencias, responsabilidad, testimonio y trayectoria (Pérez, 2014):

La denominación de servidor público comprende “todas las personas que en cualquier forma o a cualquier título trabajen, presten servicios o ejerzan un cargo, función o dignidad dentro del sector público”. En las empresas públicas se consideran obreros los empleados que de manera directa formen parte de los procesos operativos, productivos y de especialización industrial (pág.19).

Existen diversas definiciones de servicio público y según el investigador Vidal (2006) este inicia en el Estado social de derecho en la antigua ciudad griega:

Los primigenios conceptos de libertad, justicia y equidad alumbran una organización social política que es irrealizable sin la articulación de una serie de servicios públicos esenciales, dichos servicios eran prestados por un conjunto de funcionarios elegidos por la Asamblea donde los tribunales atenienses eran la piedra angular de la democracia griega (pág. 22).

Según varios académicos el servicio público tuvo su auge o se popularizó en Francia donde la ciudadanía recibió derechos políticos y el Estado debía de asegurar dichos compromisos. Los principios de libertad, igualdad y fraternidad engloban que las políticas públicas de interés general deberían de ofrecerse a toda la ciudadanía en igualdad de condiciones y de forma ininterrumpida. Vidal (Op. Cit. 2006) afirma:

En 1873 el Tribunal de Conflictos francés emite el llamado Fallo Blanco en virtud del cual la noción de servicio público sucede a la del poder público como fundamento del derecho administrativo francés. Según esta sentencia la administración se ha de regir por normas diferentes de las que se aplican en las relaciones de los particulares... El concepto de servicio público se convertirá en el principal criterio de aplicación del derecho administrativo (pág.26).

¿Cómo definir entonces qué es el servicio público? Para Gaëtan Tremblay (1988) el servicio público podría definirse por referencia de cuatros servicios:

1. Tipo de actividades: Relacionadas con el interés general de una colectividad, y la interpretación de lo que es “interés general” varía según sociedades, ideologías y épocas.
2. Criterio orgánico: Remite al agente que posee la responsabilidad y control de la gestión de actividades de interés general (intervención necesaria del Estado, pero también puede entregarse a una empresa privada).
3. El criterio formal: Intención del legislador que decide sobre el servicio público y se puede fundamentar en la importancia de la actividad respecto al bien común, las lagunas del sector privado ante la obtención de algunos objetivos colectivos y la forma y grado de control que se considera necesario.
4. El régimen jurídico: El servicio público puede estar o no sujeto a un régimen de derecho común o de derecho especial.

En síntesis, Tremblay (Op. Cit. 1988) define que:

El servicio público es una actividad considerada de interés general por una colectividad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad no puede abandonarse absolutamente a la actividad privada y las leyes del mercado y por lo tanto el Estado asume su responsabilidad y su control sometiéndolo si fuera necesario a un régimen jurídico especial. (p.57)

Específicamente para el sector audiovisual Napoli (2001) narra que el 27 de febrero de 1922 se llevó a cabo la primera Conferencia Nacional de Radio, dirigida por el expresidente Herbert Hoover, en Washington, D.C. donde él utiliza este concepto de “interés

público” y expone que se relaciona a que los públicos/audiencias puedan recibir contenidos relevantes y pertinentes, para ello es necesario tener un ente que regule la asignación limitada de frecuencias para asegurar así la calidad. También plantea los retos en que debe de existir un balance entre los diferentes puntos de vista e interés en estos procesos regulatorios, y puntualiza que las leyes deben de estar en continua revisión por los cambios permanentes que existen en la tecnología y economía mundial, así como asegurar protección a los públicos involucrados y promover la diversidad en la emisión de contenidos y propiedad.

Aquí también entra a debate como deben de ser los medios de servicio público, según McQuail (1999, pág. 28) indica que dentro de sus obligaciones se encuentra:

1. A commitment to universal service;
2. Diversity and representativeness of content in political, social and cultural terms;
3. Democratic accountability;
4. Public financing and nonprofit goals

Pasquali (1991) agrega que los medios de servicio público deben de tener una independencia económica y política:

Una radiodifusión puede definirse pública cuando cumple con este pequeño decálogo: es independiente, participativa y de alta calidad; es de alcance nacional; respeta la diversidad de gustos del público; practica todos los géneros sin limitarse a lo populista o a lo elitesco; regionaliza sus emisiones y fomenta la circulación de mensajes periferia centro; está técnicamente a la vanguardia; produce al menos un 40% de la programación que difunde; es complementaria y no competitiva; asegura coproducción e intercambios regionales e internacionales. Pero por encima de todo, una radiodifusión es pública si se alimenta mayoritariamente de fondos públicos. (pág. 172)

Nowak y Kuhn (2015, citado en Espinoza Hulse, 2019) cuestiona cómo se puede definir un medio de servicio público, y pregunta si estos se diferencian de los medios comerciales en base a sus contenidos:

No hay respuestas únicas para este cuestionamiento ya que existen medios de comunicación privados o comerciales que realizan trabajo de servicio público y en contraste hay medios públicos que solamente proveen a la ciudadanía de entretenimiento y sus contenidos no se distinguen de los medios comerciales. (pág.6)

Lamuedra (2012, pág. 17) compila que una radiotelevisión pública líder, que funja como un referente y que tenga como característica principal la aprobación y confianza de la población puede influir positivamente en todo el sistema mediático y que el primer argumento sobre la necesidad de contar con una radiotelevisión pública se centra primordialmente en que estas plataformas son bases para mantener las sociedades democráticas. Así mismo detalla:

La diferencia en la participación entre televisiones comerciales y publicas constituye un campo de investigación interesante, y puede ayudar a las televisiones públicas a justificar su existencia, a través de la innovación no solo en contenidos que les permita alcanzar sus objetivos clásicos, sino también innovación en la manera de facilitar y promover la participación de los diferentes grupos y colectivos que constituyen lo que en términos abstractos se denomina audiencia. (pág. 233)

Uno de los retos del interés y del servicio público es definir su alcance, es decir, que este debe de estar acorde al contexto social del país y debe de buscar el bienestar general de la población, es decir la satisfacción de sus necesidades en materia fisiológica y psicológica.

Amartya Sen y Martha Nussbaum (1996, citado en Blanco y Oslund Rains, 2014) manifiestan que:

El término “Bienestar” debe ser usado en un sentido amplio. No solo debe incorporar los elementos de las teorías del bienestar que postulan como elemento primordial, la satisfacción de las necesidades o el placer (teoría utilitarista) y las que afirman que los bienes que controla una persona son lo más importante (teorías objetivas del bienestar). El término “Bienestar” debe relacionarse con aspectos como las capacidades, las oportunidades, las ventajas y otros elementos no cuantificables que hacen referencia a la calidad de vida de las personas. (pág.5)

Bajo esta línea se concibe que los medios de comunicación sean privados o públicos son instrumentos sociales que transmiten información y que son formadores de opinión. Es aquí donde debe existir un equilibrio entre los operadores de servicios audiovisuales, sociedad y la protección de valores como los de la diversidad, pluralismo y equidad que se puedan garantizar, concebir medios de servicio público es que estos van a satisfacer necesidades (educativas, culturales de entretenimiento e información) y se van a ofrecer de forma continua y en igualdad de condiciones de mercados a toda una ciudadanía.

Siguiendo a Delia Crovi Druetta (2011), para garantizar estos espacios públicos es necesario la formulación de políticas de comunicación:

In the context that I have proposed, answering the question of whether policies on communication and culture are necessary in the information society entails, first of all, having available political economy of communication and culture studies that effectively incorporate the cultural dimension such as I have described. It also implies

insisting on the importance of effectively including communication in public communication policies. (pág. 205)

2.2.3 Regulación en el sector audiovisual

La regulación es una respuesta a las demandas sociales para corregir problemas referentes a la desigualdad de los mercados, de manera que el interés general (la búsqueda del bien común entendida que se debe de empezar por favorecer a los menos privilegiados para asegurar la igualdad de oportunidades a todos) de la sociedad está por encima de cualquier interés personal, y parte de este debate se centra en quién y cómo se debe de regular y controlar este sector audiovisual, Hans Bedrow Institute indica (2011):

Media and data protection are areas where there is a perceived need to separate politicians and executive branches of government from exercising control because they are otherwise highly susceptible to partisan interference. In this area, independence is an institutional value of the regulator that should ensure impartial and fair handling of its competences. (pág.16)

El grupo de regulación de las Telecomunicaciones GRETEL (2000) define el paradigma del Estado regulador como la correcta intervención de los poderes públicos para influenciar los comportamientos de las empresas, a favor del interés general, a su vez, busca corregir deficiencias del mercado que no permiten la competencia eficaz de los diferentes agentes. El no regular la industria provoca procesos de privatización de las empresas públicas, liberalización de las telecomunicaciones, desorden en el crecimiento de la convergencia de tecnologías y mercados y el replanteamiento del “Estado de Bienestar” (pág. 48).

Bajo ese enfoque Carniel Bugs (2012) plantea una interesante relación entre la regulación y el ente regulador:

La regulación orienta el juego y condiciona el comportamiento de sus jugadores, así como las reglas son aplicadas por los árbitros – que vendrían a ser los reguladores (Betancor, 2009: 54). Este ejemplo nos sirve también para introducir otro elemento que aparece vinculado a la figura del ente regulador: la neutralidad. Si los reguladores son los árbitros del partido, deben realizar su función desde un posicionamiento que haga valer las reglas del juego, pero que no utilice su poder para interferir en el resultado del partido. “La Administración debe regular, pero no dirigir la economía” (Tornos Mas, 1999: 56). Este principio es más relevante incluso que la noción de separación entre regulador y regulado, porque también responde a los casos en los que el Estado deja de jugar – como en el ejemplo de la privatización española de la empresa Telefónica. (pág.38)

Jornada y Levi-Faur (2003; 2005) atribuyen que la regulación posee tres significados. El primero se refiere a que la regulación es una promulgación de un conjunto de normas ejecutado por un organismo público como ente supervisor y normativo. El segundo se refiere a todos los esfuerzos del Estado para dirigir la economía donde se elaboran las reglas, fiscalías, propiedad pública entre otros. Y el tercero es el que abarca todos los mecanismos de control social con cada uno de sus procesos. Se refiere así a la regulación administrativa, económica y social. Los principales motivos de regulación referidos al sector audiovisual serían enmarcados en los siguientes objetivos según Feintuck y Hoffmann-Rien (1999;1996 citado en Hernández, 2015, pág. 36)

1. Para asegurar la disponibilidad universal de los servicios de radiodifusión
2. Para la asignación de frecuencias y concesiones de manera equitativa y ordenada, y supervisar la conformidad con las normas establecidas.

3. Para asegurar una amplia gama de servicios y las oportunidades de acceso de acuerdo con las necesidades de la sociedad, la diversidad en términos sociales, políticos, culturales y local/regional.
4. Para promover la alta calidad de los contenidos proporcionados en la medida de lo posible, con especial referencia a la información, la educación, la publicidad, la cultura, el buen gusto y la decencia.
5. Velar por los intereses básicos del Estado en materia de seguridad y orden.

McQuail (2010) resume que algunos entes han concebido que existe una contradicción entre la noción de regulación y lo que se supone que es la libertad en medios de expresión e información en una sociedad moderna. La regulación por su propia naturaleza establece límites a la libertad, que es el principio más básico de las sociedades democráticas. Y puntualiza en seis aspectos que sustentan la regulación en medios (gestión de la sociedad de la información; protección del orden público; protección de derechos e intereses individuales y seccionales; promoción de desarrollo del sistema de comunicación; promoción del acceso y pluralidad; Mantener las condiciones para el funcionamiento eficaz de los mercados libres en los servicios de medios, especialmente competencia y acceso, protección de los consumidores, estimulación de la innovación y expansión:

1. The management of what is arguably the key economic resource in the emerging 'information society', with a very high dependence on all forms of communication.
2. The protection of public order and support for instruments of government and justice.
3. The protection of individual and sectional rights and interests that might be harmed by unrestricted use of public means of communication.
4. The promotion of the efficiency and development of the communication system, by way of technical standardization, innovation, connectivity and universal provision.

5. The promotion of access, freedom to communicate, diversity and universal provision as well as securing communicative and cultural ends chosen by the people for themselves.
6. Maintaining conditions for effective operation of free markets in media services, especially competition and access, protection of consumers, stimulating innovation and expansion (pág.3)

El sector audiovisual presenta muchos desafíos, entre ellos relacionados a la convergencia tecnológica y a las nuevas formas de consumir productos audiovisuales, pero también sobre la ética, así lo detalla Pigeat y Jean (2003):

La nature même des médias est une source d'incertitude. Dès que l'on pose les questions de base: qui (leurs producteurs?), pour quoi (leur fonction?), pour qui (les destinataires), comment (les moyens?), les conceptions s'affrontent. Daniel Cornu constate à juste titre en 1994 qu'il s'agit là d'une science «toujours à la recherche d'elle-même» L'observation reste vraie. La déontologie (non juridique), malgré le besoin qui en est ressenti dans le monde, reste souvent indécise. Pour chacun de ses trois aspects, définition, moyens, application, les propositions, varient selon les secteurs, les médias, les pays et les cultures sociopolitiques. Leur éparpillement lui-même montre la difficulté des problèmes soulevés. (pág.41)

Es así como se entiende que regular el sector audiovisual está intrínsecamente relacionado a cuidar el interés general que representa los valores de la democracia, y que no se trata de limitar libertades, sino que la regulación busca el arbitraje entre las libertades fundamentales (Libois, 1994, pág. 71). Sobre las políticas antitrust que son un conjunto de leyes para limitar los monopolios, Walter Adams (1954, citado en Winseck, 2017) manifiesta que la economía no puede separarse de la política y que si bien los objetivos de las leyes

antimonopolio eran de hecho económicos (es decir, promover la eficiencia económica, garantizar la competencia justa y salvaguardar el bienestar del consumidor), también eran necesariamente políticos para prevenir la concentración privada de poder y proteger el gobierno democrático.

2.2.3.1 Autorregulación o autocontrol

El autocontrol puede ser definido como el fruto de la responsabilidad que tiene el comunicador y empresa televisiva con la ciudadanía donde se garantiza brindar un servicio de medios comprometido, fiel, transparente, que busca la verdad y donde se es consciente que el derecho a la información es ético, sin sesgos políticos e independiente de cualquier interés de grupos de poder. Esto evocará en la ciudadanía confianza ya que se tendrá la seguridad que la información recibida es fiable, imparcial y que los contenidos divulgados son respaldados con precisión de datos y fuentes de información confiables.

El autocontrol en la jerga popular supone “saber poner límites”, “saber hasta dónde llegar”, “tener dominio propio”, auto limitarse a realizar ciertas actividades o tareas, y saber que contenidos audiovisuales se pueden difundir o no, teniendo como criterio la supremacía del interés público y el discernimiento para identificar si la posible información a difundir aporta algún valor sociocultural a la ciudadanía y si afecta o no la seguridad nacional. Becerra y Mastrini (2019) define: “El término autorregulación es usada cuando una industria asume la responsabilidad de regular el mercado sin apoyo gubernamental” (p.19).

Algunos mecanismos de autorregulación son por ejemplo los códigos deontológicos como el de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), que fue aprobado en 1993 y actualizado en Asamblea en el 2017 (Federación de Asociaciones de Periodistas de España, 2017). En este código se detallan principios como el respeto a la

verdad, proteger el derecho de los ciudadanos de estar informados, defensa del interés público, cuidar la integridad física y moral de todo individuo, tratamiento informativo sobre casos de personas afectadas, cuidado de imagen de menores de edad, secreto profesional sobre confidencialidad de las fuentes de información, derechos del periodista y la no aceptación de retribuciones económicas deshonestas y amorales para publicar o no información, entre otras.

Suarez (1999, pág. 35) expone dos puntos de vista sobre la autorregulación, por un lado, están los profesionales que respaldan la creación de mecanismos de autorregulación como códigos, principios éticos y reglamentos de comportamiento profesional, y el otro grupo que considera que los códigos o principios éticos solo se establecen como una restricción para coercer la libertad de expresión y que son formas indirectas de establecer una censura, pone en peligro el derecho a la información y funge como un artilugio para controlar a los periodistas y comunicadores díscolos. El grupo que rechaza la creación de códigos establece que con la conciencia moral y las leyes estatales (código penal) es suficiente para orientar la conducta profesional del comunicador y el medio televisivo.

Los códigos de ética y la autorregulación son necesarios en la industria televisiva y forman parte de las actividades de formulación de políticas públicas, ya que evidencian el profesionalismo y humanismo con que se realiza la labor infocomunicacional. Sin embargo, la historia nos narra que cuando el Estado ha buscado organizar el sector, los medios de comunicación abogan por la autorregulación, para evitar la intervención del Gobierno y que se les aplique una ley sancionadora. Tal es el caso de la NAB (National Association of Broadcasters- Asociación Nacional de Radiodifusores), donde en los 1950 Estados Unidos buscaba aplicar una ley de regulación y estos iniciaron campañas para evitar la intervención Estatal, así lo narra Jaramillo (2018):

Deseosa de preservar la columna vertebral comercial y privada de la televisión, la NAB buscó reconciliar la dimensión creativa de su oficio con las demandas de un anunciante partidario, el Gobierno. Los discursos de autorregulación de la NABS que condujeron a la implementación del código de televisión de 1952 enmarcaron la conversación sobre el contenido televisivo como una lucha atroz entre los principios democráticos sostenidos por los capitalistas y las intenciones tiránicas de un gobierno coercitivo. Las discusiones internas de NAB son fascinantes, muestras de estrategia, honestidad y, a veces, animosidad, arrogancia y victimización. (pág.61)

Los medios de comunicación de las sociedades democráticas son empresas socioculturales que han trabajado y crecido bajo el modelo de libre mercado con la premisa de la oferta y la demanda; cuotas de mercado y rentabilidad económica. Buscan ingresos económicos basados en pautas publicitarias e índices de audiencias y bajo este criterio se elaboran productos audiovisuales. Más allá del derecho a la información está que para practicar efectivamente la libertad de expresión debe de existir un autocontrol para un ejercicio responsable de la actividad informativa, tanto el derecho a la información como la libertad de expresión no son derechos absolutos y por ende es fundamental elaborar en conjunto códigos éticos que permitan ser socialmente responsables y dejar a un lado el concepto de empresas de libre mercado que ofrecen catálogos audiovisuales para satisfacer las necesidades de consumo de las masas.

Existe un interesante planteamiento sobre la autorregulación vinculante, esta es la *autorregulación cooperativa*. Los medios de comunicación también deben de implementar los conceptos de responsabilidad corporativa y rendición de cuentas, esto se puede fomentar mediante el seguimiento y la participación de los Gobiernos en la regulación. Montiel y Belando (2010) definen la autorregulación cooperativa “donde los poderes públicos y el

sector afectado cooperan en la elaboración y ejecución de los estándares correspondientes (co-operative self- regulation)” (pág.14).

Para que este sistema sea factible es necesario que se puedan aplicar controles, supervisión y sanciones si se llegase a incumplir en los acuerdos y que la autoridad pueda hasta requerir el cese de emisión a la casa televisiva por la violación a los reglamentos; en este proceso de creación y formulación de códigos éticos y de conducta, códigos deontológicos, etc. Es necesario asegurar que se van a respetar los derechos de la mayoría de la población.

Dicho por Ojo (2020) la “gobernanza óptima”, se sostiene y requiere de una combinación flexible de competencia y cooperación operativa entre actores gubernamentales, así como entre gubernamentales y no gubernamentales. Asimismo, plantea que solo utilizar un modelo de autorregulación tiene sus desventajas, entre ellos se menciona el conflicto de intereses que se atribuyen a la proximidad misma y al sesgo; no se aplicarían sanciones cuando se cometa una falta grave y existe una notable ausencia de supervisión en el cumplimiento de normas y acuerdos. Es por ello que un modelo cooperativo y competitivo que abogue por la responsabilidad del Gobierno, actores privados y rubro puede ser una opción viable.

2.2.3.2 Corregulación

El European Audiovisual Observatory (2003) emitió un informe titulado *Co-Regulation of the Media in Europe* donde establece que las alternativas a la regulación como: la autorregulación, autocontrol y corregulación son difíciles de definir en cuanto a sus límites, para ello es necesario concretar criterios entre estos tres; establecer los contenidos de la regulación audiovisual, la participación del ente regulador, conocer el nivel de aceptación de

los grupos, flexibilidad, armonización y seguridad jurídica y rapidez en la resolución de conflictos, entre otros.

Gavara de Cara, Bárcenas, y Capodiferro (2015) afirman que el mercado multimedia tiene un alcance global y no es posible utilizar los mecanismos nacionales convencionales para regular este sector, es decir, aplicar una regulación directa del Estado sobre los medios audiovisuales por medio de una ley. La razón es que los medios de comunicación tienen características específicas simbólicas y por su alta sensibilidad política y social, regularlos de esta manera afectaría la percepción de que se está violentando un derecho fundamental para la democracia y esta es la de la libertad de expresión e información. Aconsejan que la aplicación de cualquier medida restrictiva se ejecute a través de instrumentos de administración independientes del poder político o autorregulación. Es decir, por medio de la corregulación a la cual definen como:

La corregulación supone adoptar sistemas de cooperación entre la autoridad pública y la sociedad civil, tratándose de un sistema mixto en el que el poder público integra mediante reglas el desarrollo de la autorregulación en el que participan actores y poderes públicos en la elaboración de esas reglas. Un sistema de corregulación permitiría que la responsabilidad e inclusión el control de la decisión permanezcan en manos del Estado, pero no se demuestra que sea un sistema más eficiente que los otros, eso dependerá de los contextos de los países. (pág.19)

Sobre esta paradoja donde el Estado no puede intervenir directamente a regular los medios de comunicación Suárez (1999) manifiesta:

No es conveniente que el Estado intervenga en el control de los medios, pues sabemos que acaban siendo los partidos del poder los que procuran servirse de ellos para sus fines.

Sin embargo, también es de lamentar que los profesionales y empresarios no se pongan

de acuerdo sobre los criterios morales que han de inspirar su práctica profesional y que se deje a mera lógica del mercado el funcionamiento del mundo audiovisual... Si las leyes sirven para fundamentalmente sancionar a posteriori conductas ilícitas, los códigos éticos pretenden más bien motivar a priori los comportamientos morales dignos de la profesión. (p. 36)

En concreto, es el Estado el responsable de salvaguardar la integridad de los ciudadanos, propiciar los espacios para el desarrollo de la población y es el que tiene el poder legítimo para sancionar y ordenar sectores con el fin de alcanzar un estado de bienestar, sin embargo, no podemos obviar los altos índices de corrupción en Latinoamérica, pero especialmente en Honduras. En una reciente investigación sobre percepciones sobre la situación hondureña en el año 2020 se identificó que el 82.5% de la población no tiene confianza en el Gobierno central y que 8 de cada 10 encuestados piensan que la corrupción está extendida en el gobierno central (Equipo de Reflexión, Investigación y Comunicación, ERIC-SJ, 2020). Esto también es reforzado con el Resumen Global de Transparencia Internacional, la crisis sanitaria del COVID-19 y dos huracanes ETA y IOTA fueron, entre otros, las condiciones utilizadas prioritariamente para que políticos y funcionarios realizaran actos de corrupción. Situando a Honduras en la posición 157 de 179 de corrupción.

Se abre así la posibilidad de identificar que una corregulación no exime al Estado de sus responsabilidades, pero habilita a otros sectores como la academia, sociedad civil y medios de comunicación para que sean partícipes de un autocontrol por medio de la autorregulación vinculante, paralelamente se debe de luchar para que el Estado recobre su legitimidad por medio de la ética. Esta colaboración solidaria entre en Estado y otros se debe de realizar fijando los objetivos que se quieren alcanzar, ex ante de la aplicación de una ley se deben de elaborar códigos éticos en conjunto y fijar así un sistema de colaboración, y posterior con el

control y sanción de estos códigos, siendo así un modelo de autorregulación y corregulación administrativo y vinculante.

2.2.3.3 *Des-regulación*

Y la antítesis de la regulación establecido por Kaufman (1977, citado en Peters, 1996) indica que un argumento muy frecuentemente usado en América es que muchas de las aparentes disfunciones del sector público se deben, a que existen demasiadas reglas y leyes. Estas reglas limitan la capacidad de los Gobiernos para responder a las condiciones cambiantes del entorno y provoca una inoperancia del sector público, encareciendo así los procesos y no optimizando los recursos públicos, una forma de solventar este problema según ellos, es la “desregulación del Gobierno” eliminando reglas y leyes y dejando que los gestores trabajen en el mercado y manejen el sistema a su antojo (*let the managers manage*) estimulando la competencia voraz para reducir sus costos de producción que benefician al consumidor final.

Esta teoría de la desregulación está influenciada por los estudios de la Escuela de Chicago, sin embargo el costo social y económico puede ser elevado y carece de sustento ético, es bien conocido los estudios que evidencian cómo este modelo ha provocado crisis económicas en diversos países, especialmente cuando los Gobiernos abren sus mercados sin regulaciones son el propósito de atraer capital extranjero y debido a la no regulación sus países se han quedado sin reservas, solicitando ayuda posteriormente a organismos internacionales y países vecinos para solventar estos problemas¹⁵. Es por ello que Keynes ya

¹⁵ Solo por mencionar un ejemplo en México el conocido “Efecto Tequila Mexicano”, crisis financiera por la falta de reservas internacionales del país.

planteaba que la competencia es imperfecta y que los mercados son inestables e ineficaces a un largo plazo, por ende, estos tienen que ser regulados (Ros, 2012).

Por otra parte, también se evidencia que el no regular es un modelo que ha predominado principalmente en Occidente y que la desregulación y privatización del sector audiovisual ha provocado una mayor concentración de la propiedad promoviendo las hegemonías culturales. Tal como lo indican Arsenault y Castells (2008):

First, policies of deregulation, liberalization and privatization have transformed the media landscape in most of the world.... Second, these policies of deregulation have facilitated a corresponding corporatization of most media platforms.... Capital is global; identities are local. Globalization and diversification are thus jointly solidifying the formation of a global network of interlocked media businesses, the backbone of which is formed by a select number of multi-national media conglomerates. This process is further complicated by the introduction of new media markets, facilitated deregulation, the proliferation of new delivery platforms, the digitization of information, and the related convergence of the Internet, media, and telecommunications networks. (pág. 708)

En esta línea de análisis Mestman y Mastrini (1996) plantean que el concepto desregulación, debe de ser reemplazado por el de re-regulación. Este término también ha sido estudiado y propuesto por el *Euromedia Research Group* y por académicos como Siune, McQuail, y Truetzschler. Fariñas Dulce (2016) resume tres conceptos sobre la regulación:

Aparece en escena una nueva tensión entre regulación, (des)regulación y (re)regulación. A la vez que se (des)regulan y/o se privatizan sectores de la actividad socioeconómica, surgen (re)regulaciones de nuevos actores sociales y nuevas

conductas emergidas como consecuencia del cambio de las reglas del juego. La diferencia está en que ahora la (re)regulación no siempre se hace a través del legislador estatal, ni siempre en defensa del interés general. (pág.2)

Sobre los modelos de regulación se identifica que el reto está en encontrar formas para asegurar una gobernanza política sana y democrática, esto puede lograrse con la participación de diferentes grupos políticos, judiciales y la ciudadanía con el propósito de adoptar criterios de legitimación social aceptados por la gran mayoría y en beneficio de la gran mayoría. Tal como señala Medina Sierra (2019), el Estado posee una estructura extremadamente grande y le caracteriza múltiples capas de burocracia donde convergen intereses rivales, por lo que modos de organización de colectivos basados en la responsabilidad compartida puede ser una opción viable (pág.167).

Es así como la corregulación entendida desde su “concepción etimológica donde el prefijo latino co- se asimila con los términos de comunión o colaboración. Elemento diferenciador de esta propuesta es su reivindicación favorable a una participación conjunta y colaborativa de diferentes organismos y grupos” (Feenstra, 2019, pág. 2). Permitirá construir nuevos marcos de cultura en lo legal, con valores compartidos que respeten el pluralismo de ideas, diversidad cultural y resolución de conflictos por medio de modelos innovadores acordes a las realidades sociales de los países, esto mediante reglas, normas jurídicas y otros mecanismos que fomenten la comunicación responsable, así lo expresa Carniel Bugs (2012):

De esta forma, los objetivos de las empresas, sean estatales o privadas, que gestionan los medios audiovisuales no deberían prevalecer frente a las necesidades de la ciudadanía, por lo que se requiere la intervención del poder público. Una acción que vele por la viabilidad y el desarrollo del mercado, sin perjuicio de los intereses generales, esto es, los intereses del público al cual se dirigen estos medios. En otras

palabras, un sector tan complejo como es el audiovisual exige una regulación también diferenciada. Y esta regulación diferenciada pasa, de manera determinante, por una autoridad también peculiar. Un organismo que pueda ejercer la supervisión del sector audiovisual con un alto nivel de autonomía respecto a los poderes dominantes – económico (mercado) y político (gobierno) (pág.24).

2.2.4 Concentración de la propiedad, antítesis de la pluralidad mediática

La concentración de la propiedad es una de las principales cuestiones que motivan la creación y aprobación de una política pública televisiva, planteado por Sánchez (2006) el contraste de la diversidad es el monopolio, donde una persona o grupo tiene una exclusividad y domina una actividad provocando así que la ciudadanía no tenga opciones y solo pueda consumir un determinado producto. Al estudiar sobre la diversidad en la producción audiovisual y su distribución, se hace referencia a que el mercado se abre para que exista competencia y ofrecer mayores opciones de acceso para consumo de cultura mediática,

Desde una perspectiva política, la diversidad, opuesta a la concentración de recursos de poder, remite a la participación, a la pluralidad o, mejor, al pluralismo; en suma, a la democracia. Aquí también es fundamental la cuestión del acceso, así como la de la existencia de opciones. En clave cultural, la diversidad representa la creatividad humana; significa la multiplicidad, la heterogeneidad y por lo tanto la enorme riqueza que caracteriza a todas las formas de vida y de expresión con las que los seres humanos producimos sentido, significamos el mundo. (pág. 208)

El economista Smith (1776) planteaba que el crecimiento desmedido de algunos actores del mercado podía afectar las virtudes de la competencia. Advertía que los monopolios podían limitar la competencia. Si la competencia estimula la innovación y

conduce al crecimiento económico, su erosión causada por la concentración excesiva provoca un daño al conjunto del sistema (Escartin, Velasco, y González-Abril, 2005).

Por una parte, se identifica que la diversidad y pluralidad de medios amplía la libertad de expresión y fortalece las sociedades democráticas, pero con este crecimiento, sigue la concentración de la propiedad por medio de monopolios. Es por ello por lo que los Gobiernos principalmente europeos y estadounidense han formulado políticas *antitrust* donde se regulan y restringen los mercados con el propósito de asegurar el derecho a la competencia, este es definido por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2011):

La política de competencia consiste en fomentar mercados competitivos y la innovación, con las implicaciones que ello conlleva para los precios, el bienestar y el crecimiento económico. Las conductas que las autoridades nacionales de competencia analizan son, por ejemplo, los intentos de las empresas y las organizaciones profesionales de erigir barreras a la entrada en los mercados, la elevación de los costos para los rivales de una empresa y la coordinación (como opuesto de la competencia) entre competidores en sus estrategias de establecimiento de precios y niveles de producción. (p.12)

Otro concepto empleado es el de la cuasi-propiedad, término empleado por la Corte Suprema de los Estados Unidos desde 1918, “Supreme Court accepted that news was a form of ‘quasi-property’ (in the International News Service versus the Associated Press case)” (US Supreme Court, 1918). La cuasi-propiedad es un concepto legal, en el que algunos derechos similares a la propiedad pueden corresponder a una parte que realiza un acto que beneficia a la sociedad en su conjunto. Black's Law Dictionary define "cuasi" como "casi" o "parecido", pero en realidad no es lo mismo que el elemento de sufijo.

Sin embargo, el interés por formular políticas que se enfoquen también en la concentración no fue siempre un punto de interés. Hasta este siglo XXI se identifica que órganos de defensa de competencia y autoridades regulatorias han empezado a trabajar para organizar el crecimiento del rubro, especialmente a causa de los avances tecnológicos y así evitar prácticas anticompetitivas, lo que conlleva a que deben de estar en continua revisión de normativas para dar respuestas a los problemas de convergencia mediática.

Castells (2009) cuestiona cómo poder establecer regulaciones en tiempos de des territorialidad donde ya no existen fronteras, a esto agregado el gran reto de garantizar una independencia entre el poder político y el poder económico, la fuerte relación entre el Gobierno y los empresarios. Esta cambiante realidad debe de llevar a los organismos reguladores y al Estado a continuamente realizar revisiones de las políticas vigentes para proponer posibles soluciones con un enfoque prospectivo y con un análisis “ex-ante”, antes que el reto o problema se presente, tomando en consideración que cada uno de los sectores (Medios de Comunicación Masivos, telecomunicaciones, digitales) tienen características específicas y diferenciadoras entre sí, ya que cada una de ellas no tiene los mismos intereses o cumplen con las mismas funciones sociales y económicas.

El no controlar el crecimiento del mercado y no aplicar políticas para la concentración, provocará que no exista una competencia sana y afectará la innovación tecnológica y creativa, el bienestar social y moral de la población y el estancamiento en el crecimiento de las economías de la nación ya que el poder está en pocas manos.

La concentración de la propiedad en general, pero taxativamente en el sector audiovisual conducirá a que la información sea controlada por pocos, obligando a la ciudadanía a acceder a escasos servicios de información, comunicación, cultura y diversidad de contenidos audiovisuales a esto agregado que al restringir la oferta de plataformas

comunicacionales, la libertad de expresión se condiciona ya que no existe en el mercado una oferta variada que permita conocer otras líneas de opinión o pensamiento, la información ofertada es homogeneizada solidificándose así un círculo de poder y pensamientos.

La Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (2003) sostiene igualmente que:

Si los medios son controlados por un reducido número de individuos, o bien por solo uno, se está, de hecho, creando una sociedad en donde un reducido número de personas, o sólo una, ejercen el control sobre la información, y directa o indirectamente, la opinión que recibe el resto de las personas. Esta carencia de pluralidad en la información es un serio obstáculo para el funcionamiento de la democracia. La democracia necesita del enfrentamiento de ideas, del debate, de la discusión. Cuando este debate no existe o está debilitado debido a que las fuentes de información son limitadas, se ataca directamente el pilar principal del funcionamiento democrático.

Ben Bagdikian publicó un libro memorable *The media monopoly* (1983), donde se denuncia sobre la concentración mediática, el poder político de los medios y las estructuras de propiedad de los sistemas de los medios de comunicación al identificar que son 50 empresas las que controlan el mercado estadounidense y el flujo de información. Posteriormente publica varias versiones actualizadas del libro donde de identifica que el número se va reduciendo de 50 a 29 en 1987, 10 en 1997, hasta llegar a 5 en el año 2004. Lo que indica claramente como el pluralismo y la competencia es menor al existir una concentración de la propiedad, este fenómeno también es replicado en América Latina al no existir rigurosas leyes antimonopólicas, así como se reafirma en el principio 12 de la Declaración sobre la libertad de expresión:

Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos. En ningún caso esas leyes deben ser exclusivas para los medios de comunicación. Las asignaciones de radio y televisión deben considerar criterios democráticos que garanticen una igualdad de oportunidades para todos los individuos en el acceso a los mismos. (Comisión Interamericana de Derechos Humanos, 2000)

En un sentido similar, la Corte Interamericana de DDHH recomienda explícitamente a los Estados adoptar legislaciones para asegurar criterios transparentes y equitativos para la asignación de frecuencias radioeléctricas y del nuevo dividendo digital. Es imperante que estas legislaciones contemplen la situación de la concentración en la propiedad de los medios de comunicación (Corte IDH, 2018):

En los regímenes de licencias para los medios de difusión con capacidad limitada, como los servicios audiovisuales por satélite o terrestres, hay que asignar en forma equitativa el acceso y las frecuencias entre las empresas de radio y televisión públicas, comerciales y de la comunidad. (pág.95)

Asimismo, la relatoría especial para la libertad de expresión (2010) plantea en su informe que:

Los monopolios u oligopolios en los medios de comunicación atentan contra la libertad de expresión consagrada en el artículo 13 de la Convención Americana, por cuanto impiden la diversidad y pluralidad de voces necesarias en una sociedad democrática. Tanto en la CIDH como la Corte Interamericana han sostenido la

importancia de la intervención estatal para garantizar competencia y promover pluralismo y diversidad. Entre las medidas efectivas que los Estados deben adoptar se encuentran las leyes antimonopólicas que limiten la concentración en la propiedad y en el control de los medios de radiodifusión. (pág.30)

La alta concentración de capital es sinónimo de desigualdad de mercado y desleal competencia ya que existe una desproporción frente a la demanda, compras, fusiones de bienes y servicios por una sola empresa, lo que lleva a que exista el monopolio y de allí nacen tres tipos de expansión, detallados por Zallo (1992):

- Integración vertical o integral: De las distintas fases de la producción, comenzando en las materias primas y finalizando en uno o varios productos acabados, con presencia de filiales en casi todos los estadios del ciclo productivo global. Se busca la reducción de costes, el aprovechamiento de sinergias, la seguridad en el aprovisionamiento y el reforzamiento de la posición en el mercado
- Integración horizontal o monomedia: Consistente en la producción de una variedad de productos finales de una misma rama.
- Integración conglomerado o diagonal: Diversificación fuera de la rama y del sector de origen, es decir una diversificación extra sectorial que busca, sobre todo, reducir y compensar riesgos y aprovechar las oportunidades que puede ofrecer una determinada producción en un momento dado (pág. 107-108).

Uno de los principales problemas de la concentración mediática es que se producen efectos indeseados en la sociedad tratándose de un mercado abierto y competitivo como “la prevalencia de ciertos intereses sobre el deber de veracidad del medio, el privilegio de la actividad lucrativa sobre la tarea de servicio al público y el entramamiento del pluralismo

informativo y valórico, sobre la base de la falta de representación de ciertas tendencia versus la sobrerrepresentación de otras (Vivanco Martínez, 2007, pág. 13).

Tal es la importancia de este tema que la ONG Reporteros Sin Fronteras creó un observatorio sobre la concentración mediática y establece que:

El pluralismo en los medios de comunicación es fundamento clave para fortalecer las sociedades democráticas, en estos sistemas deben existir medios libres, independientes y diversos que reflejen diferentes puntos de vista divergente y que se permita la crítica a quienes están en el poder. Los riesgos para la diversidad de ideas son causados por: La concentración del mercado de los medios - lo opuesto al pluralismo de los medios; Cuando solo unos pocos actores ejercen una influencia dominante en la opinión pública y levantan barreras de entrada para otros actores y perspectivas (concentración de la propiedad de los medios); cuando el contenido de los medios es uniforme y se centra solo en temas, personas, ideas y opiniones específicos (concentración de contenido en los medios); cuando las audiencias solo leen, miran y escuchan determinados medios de comunicación (concentración de audiencia de los medios). (Reporters without borders, 2020)

Dicho por González Pazos (2019) la concentración de los medios está cada vez en menos manos, que siempre pertenecen a las élites masculinas económicas y financieras al que denominan el oligopolio mediático, la información ha sido siempre un poder y tradicionalmente ha estado bajo el control de las clases dominantes. Como lo dijo el periodista Ryszard Kapuściński, “Cuando se descubrió que la información era un negocio, la verdad dejó de ser importante”; a nivel mundial también se identifica este fenómeno, de manera general se mencionan cinco grandes empresas de la comunicación que controlan el mercado: Walt Disney, Comcast, Netflix, AT&T and Charter Communications (Statista, 2022).

Los medios de comunicación también nombrados como el cuarto poder del Estado, se traduce en poder económico, político e ideológico y estos continuamente desarrollan el argumento de la libertad absoluta del mercado, en la siguiente premisa:

En materia de comunicación la mejor ley es la que no existe, los medios hegemónicos sostienen que la autorregulación es el mecanismo idóneo para preservar la libertad de expresión y que el verdadero control está en manos del lector, del oyente, del televidente, quienes en cualquier momento pueden decidir no seguir con tal o cual medio o programa. Es decir, todo se resuelve en el mercado. Sin embargo, ni la comunicación ni la información se las puede considerar como meras mercancías pues son bienes esenciales y relevantes para el convivir de una sociedad democrática. Y precisamente por eso merecen protección del ordenamiento jurídico. (León, 2013, pág. 21)

Uno de los problemas de este planteamiento radica según Garro-Rojas (2020) en que el nivel de Alfabetización mediática (*media literacy*) de los pueblos latinoamericanos es bajo, dado el nivel educativo y de acceso a la información y comunicación que se tiene, por lo que dejar esta responsabilidad a ellos no puede ser lo ideal y ético, seguidamente, considerar que los medios de comunicación por voluntad propia van a autorregularse con un enfoque de interés y bienestar público y bajo objetivos de ofrecer a la población calidad, fomentar la educación, propiciar el desarrollo y fortalecer los valores sociales, es una ilusión, una utopía, ya que hasta la fecha no se registra en Latinoamérica un caso de éxito de algún grupo mediático comercial que haya dejado a un lado los intereses del mercado para oponerse a un sistema. Es allí donde surge la interrogante, ¿Dónde está el Estado? ¿Quién protege y restringe la concentración de propietarios de un solo rubro?

El tema de concentración es una de las principales dimensiones de regulación que se cuestionan al abordar la formulación de políticas públicas audiovisuales. Los intereses económicos y políticos son tan altos, que estos empresarios harán todo lo que este en sus manos para evitar una intervención Estatal que afecte sus negocios, se han publicado múltiples estudios sobre la concentración, por mencionar algunos: Informe de Reporteros sin fronteras (MOM, 2020) que registra informes de la India, Argentina, Albania, Brazil, Cambodia, Colombia, Egipto, Ghana, Lebanon, México, Mongolia, Morroco, Perú, Filipinas, Serbia, Sri Lanka, Tanzania, Tunisia, Turquía y Ucrania; Guillermo Mastrini y Martín Becerra con sus publicaciones sobre concentración infocomunicacional y convergencia en América Latina (2017); Bagdikian (1980); (2004) con libros sobre el monopolio de los medios de difusión; El think tank del Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom) (2015) que semanalmente publica notas, estudios sobre la concentración y convergencia mediática; Robert Picard sobre políticas públicas y economía de medios de comunicación (2020); Toby Mendel, Ángel García Castillejo y Gustavo Gómez que con el apoyo de la UNESCO y otras organizaciones han realizado publicaciones sobre la concentración de medios para las Américas (2017); Enrique Bustamante y Juan Carlos Miguel de Bustos sobre las industrias culturales, pluralismo y concentración de medios en América Latina (2005); Eli Noam sobre *media ownership and concentration in USA* (2011) y Raúl Trejo Delarbre (2011) sobre la concentración, medios, política y ciudadanía solo por mencionar algunos ejemplos.

¿Cómo se mide y evalúa la concentración de propiedad de medios? Tal como lo indica Huerta-Wong y Gómez García (2013) se han creado índices para poder medir la concentración, sin embargo, uno de los principales retos que se identifican es el acceso a la

información, como contextualizar los datos, definir parámetros en cuanto a contenidos, distribución e infraestructura (asignación de frecuencias),

Por un lado, Raúl Trejo (2010) utilizó el Herfindahl-Hirschman Index (HHI) para problematizar y analizar la relación de la concentración de los medios con la debilidad democrática en América Latina; por otro lado, Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa (2010) utilizaron el CR4 para analizar el mercado de la televisión restringida. Asimismo, los argentinos Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2006) han aplicado el CR4 para analizar y comparar la concentración de las industrias de medios y de telecomunicaciones en América Latina (Becerra y Mastrini, 2009).

Al analizar la estructura del mercado mediático se identifica que una de las principales preocupaciones sobre la concentración, planteada por los académicos de escuela crítica radica en que si la información está en pocas manos la diversidad de voces y enfoques es reducida afectando así la libertad de expresión, pluralismo de ideas, libre circulación de información y democracia.

Asimismo, bajo este modelo se difunden contenidos que conllevan a la hegemonía de los poderosos grupos que controlan el mercado y sobreponen sus compromisos económicos sobre una población. Tomando en consideración que son muchos los intereses que están en juego, el aplicar una ley antimonopólica, por sí sola no resolverá el problema, para asegurar la aplicabilidad de una política es necesario realizar acercamientos con diferentes sectores de la sociedad para explicar y concientizar sobre las implicaciones que conlleva el tener un mercado de comunicaciones concentrado.

Por otra parte, no se puede obviar que el panorama mundial sobre la concentración de la propiedad, no está mejorando, al contrario, se identifica un notorio incremento en fusiones de propiedad cruzada en el mercado de telecomunicaciones y nuevas tecnologías.

2.3 Las políticas públicas de comunicación en Latinoamérica

Académicos como Martín Becerra y Guillermo Martrini en Argentina, César Bolaños en Brasil y Enrique Sánchez Ruiz en México acuerdan que Latinoamérica se caracterizó por muchos años por adoptar el modelo norteamericano y su esquema mercantil. Headrick, (1991, citado en Winseck, 2017) afirma que después de la Segunda Guerra Mundial, con el inigualable dominio económico y militar de Estados Unidos, el "libre flujo de información" se convirtió en la piedra angular de su política de comunicación. Las empresas, el gobierno y los medios de comunicación de EE. UU. podrían coordinar sus esfuerzos para recrear el mundo a su imagen bajo el argumento que las tecnologías de las comunicaciones no son tecnologías de la libertad; sino que son armas de la política y garantes de su hegemonía mundial.

Camaeho Azurduy (2009) narra que durante los años 70 surge un interesante concepto de la Escuela Latinoamericana de comunicación "en el contexto de la búsqueda de condiciones favorables para la democratización de la comunicación y por esta vía coadyuvar en la democratización de la sociedad" (pág.47). *Las Políticas Nacionales de Comunicación* que se definen como "una serie de normas establecidas para orientar la acción de los órganos de comunicación" (pág.48). Uno de los principales precursores de este movimiento es el académico Luis Ramiro Beltrán quien plantea una especie de revolución simbólica en la que Latinoamérica debe de transformar sus sistemas comunicaciones a una más incluyente donde los ciudadanos dejen de ser ninguneados y tomen el poder para hacer cambios en la esfera social y cultural en función del interés general.

Durante esta década se llevaron a cabo reuniones importantes auspiciadas por la UNESCO, entre ellas: La Reunión de expertos sobre la Planificación y las Políticas Nacionales de Comunicación que se celebraría en Bogotá (1974); Seminario sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina y el Caribe, en San José Costa Rica y la Reunión de expertos en el intercambio de noticias en América Latina ,organizada por el CIESPAL y la UNESCO, en Quito (1975) y la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe, realizada en San José de Costa Rica (1976).

En estas reuniones se realizaron importantes debates y estudios sobre los medios masivos de comunicación según el contexto de los países con el propósito de formular políticas culturales que trajeran el desarrollo a la región y que el Estado cumpliera con su rol de jugador y árbitro definiendo el tipo y el carácter de la intervención de regulación. Lastimosamente de forma paralela se iniciaron campañas mal intencionadas en contra de la UNESCO, acusándoles de tener intenciones de estandarizar la información en complicidad del movimiento de países no Alineados y la Unión Soviética. Fue así que con la última reunión en Costa Rica se plantearon 30 recomendaciones y se divulgó una Declaración que no favorece al pueblo latinoamericano: la de propiciar el desarrollo. Así finalizó la década de los 70s, con una gran producción académica, pero con pocos resultados en cuando a la formulación de Políticas de Comunicación, queda como evidencia que los intereses de los grupos de poder privados como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), entre otros, son difíciles de derribar ya que estos grupos harán cualquier cosa con tal de defender sus intereses económicos (Quirós y Segovia, 1996).

Durante la década de los 80s Latinoamérica se caracterizó por los múltiples golpes de estado y las dictaduras militares que reforzaron la privatización de los medios de comunicación y crearon las condiciones para atraer inversión extranjera a la región. Solo en Honduras entre 1900 y 2018 hubo, cinco golpes de Estado y nueve dictaduras de gobiernos militares. Es durante esta década que se inicia a un proceso de reformas económicas donde se concibió que el Estado era incapaz de administrar los recursos del país por la falta de procesos dinámicos, alto nivel de burocracia y deficiencia en la producción de bienes, trasladando así, el compromiso administrativo y de producción a la empresa privada, como resultado se redujo la responsabilidad y presencia estatal en el mercado, dando paso a lo que se conoce como, “la gobernanza; cuando el Estado se encuentra rebasado por las necesidades de la población, carece de suficientes recursos fiscales y está penetrado por los barones de la industria y el comercio” (Toussaint, 2017, pág. 225).

Asimismo, se identifica literatura que respalda la gobernanza (governance) y la plantea como un modelo innovador y viable ya que no solo el Estado es el principal actor a la hora de decidir sobre las políticas públicas, sino que a su vez este modelo es incluyente al permitir que otros actores de la sociedad se empoderen y participen de procesos nacionales asegurando así la transparencia, rendición de cuentas, estado de derecho, orientación al consenso, eficacia y eficiencia (accountability, transparency, rule of law, consensus orientation, effectiveness and efficiency), el Estado sigue cumpliendo con sus funciones de administración pública pero con la participación de otros actores claves se crea un sentido de pertenencia y el éxito en la implementación de programas y políticas públicas es mayor (Sarikakis y Ganter, 2014) ; (Rahim, 2019); (Puppis, 2010).

Es también durante los años 80s que se elabora el informe MacBride, que fue un intento para democratizar la comunicación y que hasta la fecha quedo como una declaración

de buenas intenciones por parte de los Estados miembros que apoyaron dicha iniciativa (no siendo el caso de EE. UU., El Reino Unido y Singapur que posteriormente a la publicación de dicho informe tomaron la decisión de retirarse de la UNESCO y con ello los aportes económicos) (Quirós, 2013).

Aunque ya han pasado 40 años de este informe, “Un solo mundo voces múltiples”, es necesario recordar que aún existe la necesidad de impulsar un nuevo orden mundial de la información. Durante esta década el Internet no se había popularizado, sin embargo, este informe plantea problemas que hoy en día siguen siendo un reto en América Latina, entre ellos: La protección y creación en algunos casos de Los *medios públicos* que deben de ser protegidos e impulsados tomando como referencia el modelo europeo, Los *medios comunitarios y sociales* que dan voz a las pequeñas comunidades rurales y sectoriales y la necesidad de regular al sector privado para evitar la *concentración* que afecta la diversidad y pluralidad de la información (MacBride, 1980).

En 1990 John Williamson publicó en el *Institute for International Economics* diez puntos que fueron conocidos después como el Consenso de Washington y que marcaron la agenda política de Latinoamérica hasta la llegada del nuevo siglo. En esta región la organización del sistema de comunicación estaba controlada casi exclusivamente por el sector privado y con escasa, casi nula presencia del sector público (lo contrario al modelo europeo). Obteniendo así un sistema de medios de comunicación de libre mercado que terminó por favorecer las concentraciones locales de cada uno de los países junto con la concentración internacional y provocando crisis políticas y sociales en la región (Lafuente, 2003).

La privatización dio lugar a que en la región se formaran empresas o conglomerados que operaron con pocas restricciones legales y al ser instituciones privadas principalmente

buscaron la rentabilidad económica y no el bienestar común de una nación. Es así como el crecimiento de la televisión en Latinoamérica quedó vinculado a la política de los Gobiernos populistas de la época, que se asociaron con los intereses comerciales de un sector de la burguesía emergente (Sandoval, 2019). Se formaron y consolidaron grupos mediáticos por mencionar algunos: Organizações Globo en Brasil, Televisa en México, Telefe en Argentina, Caracol en Colombia, Televisión Centroamericana en Honduras, Grupo Villar-De Feo en Uruguay, etc. Cada país Latinoamericano tiene un grupo o grupos (de 2 a 3 máximo) que controlan las concesiones de Televisión, Radio y Prensa comercial, concentrando así el poder mediático, poder de producción, poder económico y poder de distribución de los contenidos en las diferentes plataformas de comunicación.

En el caso de Honduras Espinoza-Vásquez (2018) narra que durante esta década el país ingresa a la Iniciativa de Países Pobres Altamente Endeudados (IPPAE), impuesta por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial. El presidente Rafael Leonardo Callejas aprobó el 31 de octubre de 1995 la Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones, promoviendo la desregulación, abriendo el mercado para la inversión privada y sentando las bases de la futura privatización de HONDUTEL, de esta manera ingresan a la nación empresas internacionales para el mercado de la telefónica celular, televisión por cable y servicio de internet, seguidamente se creó la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), encargada de supervisar el desarrollo y operación de las telecomunicaciones en Honduras. Es imperante resaltar que Rafael Callejas es el primer expresidente acusado en Estados Unidos por delitos de conspiración por crimen organizado y fraude electrónico, otorgándole el tribunal arresto domiciliario, hasta que falleció el 4 de abril del 2020 en Estados Unidos (Sandoval E. , 2020) ; (La Prensa, 2015).

Heriberto Muraro (1985, pág. 78) narra que La televisión en América Latina fue influenciada por grupos multinacionales a través de la propiedad directa y con carácter privatista y comercial afectada altamente por el modelo norteamericano. La participación del Estado en la regulación fue únicamente para otorgar licencias, vigilar algunos aspectos técnicos y firmar acuerdos internacionales. Los países de la región no contaban con satélites, a diferencia del poderoso vecino del sur que se oponía a cualquier tipo de regulación con el fin de asegurar su hegemonía cultural sobre la región.

Beltrán (2005) narra que todo el trabajo realizado durante los años 70s referente a las Políticas Nacionales de Comunicación donde se planteó sobre la Creación de Consejos Nacionales de Comunicación, adoptar políticas de desarrollo, equilibrar la concentración mediática y formular políticas nacionales acorde a las características culturales, económicas de los países latinos, es retomado a finales de los años 90s especialmente en el Cono Sur (países como: Venezuela, Uruguay, Argentina, Bolivia, Brasil, Ecuador y Chile) y en Centroamérica (Nicaragua), donde por medio de la elección popular, llegan al poder políticos nacionalistas con idearios socialdemócratas y de izquierda que están en contra de la privatización del mercado, ya que consideran que estos empresarios abogan solamente por el crecimiento y rentabilidad económica de sus negocios y grupos, pero no por el desarrollo integral de la nación. Estos países identifican la necesidad de regular los medios de comunicación para que sean plataformas de servicio social, por otro lado, se busca limitar los monopolios con el fin de salvaguardar la identidad y diversidad cultural de sus pueblos.

Es durante esta década que se populariza el ideario del “Socialismo del Siglo XXI” gracias a los discursos del Presidente Hugo Chávez presidente de Venezuela quien estuvo en el poder desde 1999 hasta su fallecimiento en el 2013, en sus inicios se planteaba transformar la realidad social, política, económica y cultural de América Latina frente a la inviabilidad

del capitalismo que impide el desarrollo regional, este término lo acuñó para diferenciarlo del socialismo tradicional de la URSS indicando que el *socialismo del siglo XXI* es socialismo y democracia participativa (Harnecker, 2011, pág. 3).

Hamburger Fernández (2014) resume los rasgos del socialismo el siglo XXI en perspectiva latinoamericana analizados por los académicos Díaz Salazar y Monedero, Marta Harnecker:

Esos rasgos son esencialmente cinco, a saber: el hombre como ser social (la persona sólo puede desarrollarse a sí misma si se desarrolla junto a otra), el pleno desarrollo humano (se construye con la gente y con la participación popular), una democracia participativa y protagónica (Esta se construye de dos maneras: primero: a partir de la participación popular, y, segundo: dando el paso de la democracia representativa a la democracia delegada), un nuevo modelo económico (crear un modelo que respete la naturaleza y que combata el consumismo, implementar el triángulo elemental del socialismo (propiedad social de los medios de producción, producción organizada por los trabajadores y satisfacción de las necesidades comunales), y un alto grado de descentralización que permita un real protagonismo popular. (pág. 141)

Hallin y Mancini (2007) clasifican los sistemas de medios latinoamericanos de la siguiente forma:

Los sistemas de medios en América Latina no encajan estrictamente en ninguno de estos tres modelos (pluralista polarizado, corporatista y liberal.) A grandes rasgos, los medios latinoamericanos pueden considerarse una tipología híbrida que presenta coincidencias tanto con el modelo pluralista polarizado, característico del sur de

Europa, especialmente de la Europa latina, como con el liberal, que prevalece en América del Norte, Gran Bretaña e Irlanda. (pág.91)

Es así como las PNC buscaban rescatar las funciones del Estado, en la definición de la estructura en base a tres características: Estructura global, proyección taxativa y la permanencia en el tiempo son replanteadas por Exeni R. (2002) e indica que es necesario sustituir este diseño por el de Políticas Públicas para la Comunicación Pública PPCP, que articulen lo público y privado, para ello es necesario realizar una planificación enfocándose en la razón e intención, estas normas deben buscar orientar los procesos de intercambio de información, con el propósito de organizar y transformar la sociedad. Asimismo, entran nuevos ejes de desarrollo: gobernabilidad democrática, competencia económica justa de actores que lleven a una integración social.

La UNESCO ha jugado un papel importante en cuanto a visibilizar y estudiar el tema de políticas de comunicación en Latinoamérica y en el mundo, ya que plantean que los medios de comunicación son herramientas para masificar la educación (Sierra, 2005).

Tal es el caso de Honduras que debido a la pandemia del COVID-19, las escuelas se cerraron y muchos niños quedaron fuera del sistema de educación al no tener acceso a internet para conectarse a una clase virtual, utilizando plataformas como Zoom, Webex, Google meet, entre otras.

Es así, como el Congreso Nacional aprobó el decreto: “Medidas para facilitar la educación no presencial a través de los medios digitales”, consiste en que todas las compañías de televisión por cable, televisoras y radiodifusoras locales y similares, deben ceder dentro de su programación, en un horario de 7:00 a.m. a 6:00 p.m., al menos una hora diaria de manera continua y distribuida, para difundir los contenidos facilitados por la Secretaría de

Estado en el Despacho de Educación, con el fin de garantizar la continuidad de la educación nacional de manera no presencial del sistema público, también se agrega en el artículo 3 que las dos compañías de prestación de internet deben brindar este servicio de manera gratuita a la Secretaría de Educación, maestros y estudiantes del sistema público para llevar a cabo las actividades de impartición de clases virtuales. Lastimosamente, esto no se ha cumplido a cabalidad (Murillo, 2020).

En la actualidad Latinoamérica se encuentra en un proceso de revisión o bien de replanteamiento de sus políticas públicas de comunicación, especialmente por el tema de convergencia. El internet ha revolucionado la producción audiovisual y la televisión está en un proceso de metamorfosis con sus productos transmedia donde el mismo contenido es ofrecido en diferentes plataformas y donde los medios de consumo son asincrónicos denominados “OTT audiovisuales” como Netflix (UNESCO, 2021).

A diferencia de otros medios, como los impresos que se resisten a desaparecer y/o han tenido que buscar la migración en formatos digitales (Benaissa Pedriza, 2019); el consumo de la televisión se sigue demandando y especialmente en esta región donde un gran número de la población no tiene acceso permanente a internet.

2.4 Retos de las políticas públicas audiovisuales

León (2013, pág. 15) indica que la televisión sigue siendo el medio de comunicación más utilizado en todo el mundo y tiene una gran variedad de aplicaciones en la sociedad, industria, negocios, ciencia, educación, etc. Asimismo, el estudio Media Consumption Forecasts de Zenith (2021) puntualiza que la televisión sigue siendo el medio líder a nivel mundial, con 167 minutos de visionado cada día en el 2019 y en el 2021 la TV representó el 33% del consumo total de medios y el internet móvil el 31%.

En esa línea, el Colegio Oficial de Ingenieros en Telecomunicación del mercado europeo (GRETEL, 2005), a principios de siglo, exponía que el sector audiovisual tiene una regulación pendiente para la TV pública, sobre todo en lo referente a su financiación, definir qué características debe de tener un “Consejo de regulación del Audiovisual” y en sancionar una ley del audiovisual que unifique la actual dispersión normativa (pág. 7). Estas consideraciones siguen vigentes, pese a que las observaciones se realizaron hace 16 años, ahora el mercado es complejo por el desarrollo de nuevas tecnologías.

La mundialización de la información y el crecimiento acelerado de la producción de contenidos, así como la distribución de ellos, por medio del internet, representan un gran reto para los marcos regulatorios tradicionales, la información dejó de ser un lujo que solo clases privilegiadas gozaban, hoy en día la comunicación e información es un derecho y su acceso es recibido por medio de la pantalla de un celular, computadora y televisor inteligente.

Beltramelli (2017) sostiene que “son los procesos de convergencia los que afectan la aplicación de políticas públicas sectoriales en sus esferas culturales, económicas, de distribución y consumo, ya sean tomados como procesos de regulación o re-regulación” (pág. 38). Las fronteras que separaban los medios de comunicación, telecomunicaciones e internet, han sido destruidas y por ello los marcos jurídicos necesitan elaborarse desde una perspectiva integradora y protegiendo los principios de diversidad y pluralismo de cada comunidad.

Jenkins (2008) en la primera década de inicio de siglo, ya definía la convergencia como la circulación de avances en los campos tecnológicos, industriales y socioculturales en las diferentes plataformas. Se relacionan los conceptos de flujo de contenidos por medio de diversas plataformas comunicaciones, la cooperación y trabajo en conjunto de las industrias culturales por medio de la coproducción y la búsqueda de nuevos modelos de financiación

donde se encuentran los medios tradicionales BTL y los modernos ATL¹⁶. La convergencia mediática se define como la coexistencia de múltiples sistemas de comunicaciones en la que la fluidez de la información es la cualidad principal. Las audiencias pueden migrar de una plataforma a otra y consumir experiencias de entretenimiento según sus gustos, preferencias, en el tiempo y bajo las circunstancias que ellos deseen. (pág. 276)

La convergencia es un proceso dinámico, que se da por medio de relaciones de diferentes sistemas modernos de comunicación. La ciudadanía consume la televisión abierta y gratuita, sin embargo, debido a convergencia tecnológica en los productos audiovisuales, el acceso a otros contenidos por medio del Internet va en aumento.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018) a través de su informe *La revolución digital: De la internet de consumo a la internet de la producción*, establece que en la actualidad la economía mundial es una economía digital, y que los países más ricos del mundo son aquellos que han reducido la brecha digital ya que más allá del consumo de productos y servicios culturales por medio de diferentes plataformas (como las detalladas anteriormente), es la digitalización lo que permea todas las actividades económicas. Motivan a las naciones a abrir debates sobre las nuevas plataformas comunicaciones para dar respuesta a los retos de regulación integral, neutralidad de red, gobernanza de Internet o combate a la ciberdelincuencia.

Las organizaciones de la sociedad civil deben de luchar y exigir transparencia e independencia editorial al introducir y sancionar nuevas leyes para las plataformas comunicacionales, un proceso de *policy making* sin la participación de grupos de interés

¹⁶ En publicidad y mercadeo se refieren a ATL (above the line) a los medios de comunicación tradicionales como radio, televisión y prensa escrita. BTL (below the line) hace referencia al uso de medios modernos no tradicionales.

puede conducir a que el Gobierno ejerza un control impositivo y no conciliador, o bien sancionar leyes que desregulan el sector y permiten las ambigüedades en la interpretación de su aplicación. Ni una postura autoritaria ni una permisiva o indiferente dará respuesta a las necesidades de regulación de las plataformas comunicacionales actuales que se desarrollan en la modernidad.

Castillo Esparcia y Smolak-Lozano (2017) plantean que es necesario impulsar los diálogos constructivos y abiertos sobre el papel de los medios de comunicación. La implementación de los *lobbies* y los *think tanks* de estrategias de transformación digital para medios, han tenido un desarrollo relevante en el ámbito de la comunicación ya que en estos espacios se propician ambientes para gestionar, procesar y visibilizar las demandas que tiene la ciudadanía, especialmente en temas que son poco conocidos y escasamente estudiados por la novedad de la convergencia y la regulación del audiovisual en espacios digitales.

Graglia en su libro *Políticas públicas 12 retos del Siglo 21* (2017) indica que es necesario que los Gobiernos sean representativos y rendidores de cuentas, pero también hace falta que sean receptivos, satisfaciendo las necesidades sociales, y ganando la aceptación ciudadana (pág. 284). En ese mismo sentir, Aguilar Villanueva (2020) destaca que el Gobierno y la sociedad tienen un rol asignado. El Estado es el principal responsable de gestionar políticas públicas, pero hoy en día, el Estado y la sociedad producen en modo asociado, coproducen políticas y proyectos.

La gobernanza incluye a la ciudadanía y el aporte que estos ofrecen teniendo presente el cuestionamiento, ¿Por qué se formula una política pública y a quiénes estará beneficiando? El Banco de desarrollo de América Latina (CAF) presentó junto a Reporte de Economía y Desarrollo (RED) el Informe “*Integridad en las políticas públicas: Claves para prevenir la corrupción*” (2019), donde detalla que:

La corrupción está instalada desde hace tiempo en América Latina como una de las principales preocupaciones de la población. Razones no faltan, pues las consecuencias de este problema sobre el desarrollo no deben subestimarse. Además de comprometer la productividad y el crecimiento de las economías, también disminuye la capacidad del Estado para proveer bienes y servicios públicos, e incluso puede debilitar la confianza en las instituciones formales de gobierno. (pág. 17)

Asimismo, este informe detalla sobre el papel que tiene en la sociedad el control ciudadano, las iniciativas de transparencia en este proceso, campañas electorales y el uso de la ley para evitar el sometimiento de intereses externos al de la democracia en las decisiones de la política pública en los países. Para que esto se lleve a cabo, se propone utilizar protocolos para la toma de decisiones, fortalecer los entes de auditoría y fiscalización para desarrollar las capacidades de investigación y administración de la justicia nacional.

No es posible estudiar un ecosistema de medios aislado de la agenda política global, que involucra aspectos tecnológicos, financieros, de producción, cooperación y acuerdos entre países y sus políticas de lucha contra la corrupción. Delgado (2021) analiza que la manera en la que se consume contenido audiovisual, lo que se elige ver, cuándo, cuánto y en qué plataforma, cambió los hábitos frente a un dispositivo, pantalla y cómo nos relacionamos en sociedad.

Conscientes de esta realidad, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en conjunto con Netflix realizaron el estudio *Detrás de cámaras: creatividad e inversión para América Latina y el Caribe* (Olavarría, Luzardo, y Mateo, 2021), con el propósito de impulsar el desarrollo de la industria audiovisual de la región.

Se detalla que en el 2019 la industria audiovisual creó más de 1,9 millones de empleos nuevos, 33% de manera directa y 67% indirecta, ayudando al crecimiento de otras industrias como el turismo, hotelería, los servicios alimenticios entre otros. Producto de la crisis sanitaria de COVID-19, en el 2020 la región perdió un total de catorce millones de empleos, y se espera recuperar el diez por ciento de los empleos perdidos mediante las empresas audiovisuales para el próximo año. Asimismo, se proyecta que para el 2024 otras profesiones tendrán mayor demanda a nivel mundial entre ellas: supervisor de efectos especiales, diseñador de producción, coordinación de dobles de acción, guionista, maquillista de efectos especiales, entre otras (Banco Interamericano de Desarrollo , 2021).

Capítulo III. Metodología

En esta sección se detallan los procedimientos empleados del método científico para la construcción lógica y teórica de la evidencia científica descriptiva y explicativa¹⁷ de la presente investigación sobre políticas públicas para la industria televisiva: el caso de Honduras, al investigar sobre las políticas públicas audiovisuales se toma en consideración relaciones, estimaciones, aspectos culturales, sociales y geopolíticos. Se empleó un proceso mixto, Hernández Sampieri (2014) detalla que los estudios mixtos generan inferencias cuantitativas y cualitativas y se fundamenta en el movimiento filosófico pragmático, donde se da valor a aquello en función a su utilidad y sugiere usar el método más apropiado para un estudio específico:

Los estudios mixtos son un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema, la meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (pág.532)

Sobre la metodología legal implementada en los estudios de leyes de comunicación, se ejecutó un análisis legal (*media law research and policy analysis*), el sociólogo Aubert (como se citó en Milosavljević y Poler, 2019) afirma que “law is a process of comparison. legal consequences, in the terminology of the law, are not factual consequences expected to follow a certain action. Legal thinking is dichotomous; rights or duties are either present or absent.”

¹⁷ Ya que como primera instancia se describirán sistemas y posteriormente se interpretará los descubrimientos, variables en un contexto específico audiovisual.

(pág.522). Se entiende, por lo tanto, que un análisis legal se enfoca en estudiar los procedimientos, antecedentes, doctrina o sistema, sus posibles interpretaciones, la creación, desarrollo y reformas de los documentos legales y sus usos en diferentes entornos (perspectiva comparativa) o a lo largo del tiempo (perspectiva histórica) con el fin de aplicar los conocimientos en la práctica.

Siguiendo a Cate (2008, págs. 9, 15) este enfatiza que el *policy análisis*, se centra en estudiar si los resultados de una decisión legal o promulgación han sido justas, morales, eficientes, han promovido la estabilidad social y si estas leyes son consistentes con los objetivos que se plantearon los tomadores de decisiones al iniciar el proyecto. A su vez, puntualiza que el análisis de políticas públicas es la herramienta clave para los tomadores de decisiones y, por ende, debe ser una herramienta esencial para los académicos que se especializan en el estudio de las leyes y políticas de comunicación, ya que en derecho una violación a un procedimiento es a veces fatal para la toma de decisiones.

Asimismo, Cate define el termino *procedural analysis* (Análisis procesal o judicial), como una herramienta legal donde se identifica y estudia el papel de los tomadores de decisiones (la autoridad que aprueba y formula la política pública), se conoce a detalle el proceso empleado en la aprobación e implementación de la política pública, y se analiza el impacto y resultado que esa política pública ha tenido en la población.

Seguidamente, en el presente estudio se realizó un estudio comparativo frecuentemente utilizado en las Ciencias Sociales y especialmente en la Ciencia Política. Dicha comparación se ejecutó como procedimiento lógico y sistemático, denominado por Liphajrt (1971) como método comparativo, por otra parte, Sartori (1984, citado en Tonon 2011, pág. 2) manifiesta que el método comparativo, tiene como objetivo la búsqueda de similitudes y disimilitudes. En ese enfoque, Hernández (Op.cit. 2014) detalla:

El análisis comparativo es una herramienta más en el campo de la investigación social que permite establecer sensibilidades en torno a las diferencias y similitudes y que contribuye así a la formación de conceptos... La utilización del análisis comparado con una muestra pequeña podría servir entonces para salvar esa distancia con la realidad de cada contexto. (pág.66)

Ejemplo de ello, son las investigaciones realizadas por Hallin y Mancini (2004) con una metodología comparada, donde analizaron las semejanzas y diferencias de los sistemas de comunicación de 18 países de Europa Occidental y Norteamérica, el resultado de dicha investigación fue la identificación de tres modelos mediáticos: El modelo pluralista polarizado, el modelo democrático corporativo y el modelo liberal. Posteriormente en el año 2012, efectuaron una revisión a su investigación e indagaron sobre otros modelos occidentales. Para realizar este estudio emplearon el uso de indicadores e introducen cuatro principales variables para estudiar los sistemas mediáticos. Estos son: El desarrollo de la circulación de la prensa (desarrollo del mercado), el paralelismo político, el desarrollo del profesional comunicador y el grado de autonomía o independencia (intervención estatal) en el sistema de información.

Humphreys (2012) cuestiona este estudio realizado por Hallin y Mancini, e identifica algunas oportunidades de mejora en la metodología empleada. Él propone que se debió de incorporar, otras variables para tener un estudio más completo y profundo. Algunas de estas variables a considerar son: El tamaño del mercado mediático, la homogeneidad y estructura étnica y lingüística, tradición histórica al ser Gobiernos que han vivido o no en regímenes dictatoriales, tradición legal en identificar como son sus sistemas al formular sus propias leyes, entre otros. Finalmente, él propone una nueva metodología agregando otras variables. Esto deja en evidencia, que según el alcance de la tesis el investigador puede formular un

método propio de investigación, tomando en consideración los resultados de investigaciones previas, para adaptarlas a una nueva propuesta metodológica, que ayudará a cumplir con las necesidades y objetivos del nuevo estudio académico.

En la presente tesis se hace uso del método comparado, aplicándose en los casos de países suramericanos, que aprobaron una ley de comunicación audiovisual durante la última década que comprende de 2011 al 2020, regulando así la emisión de contenidos en la televisión. Se seleccionó la región suramericana por ser ellos los pioneros en la regulación de contenidos en Latinoamérica para hacer frente a la influencia cultural de Estados Unidos. Asimismo, se prefirió estudiar esta región por la cercanía cultural, geográfica y contexto histórico relacionado a Honduras. La población finita definida a comparar son las 5 leyes de comunicación audiovisual aprobadas en los siguientes países:

Tabla 9. *Leyes de comunicación suramericanas aprobadas en el período 2011-2020*

País	Nombre de la ley	Año de aprobación de la ley
Estado Plurinacional de Bolivia	Ley 164 de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación de Bolivia	2011
República de Chile	Ley 18838 Última versión *Son varias las leyes que regulan este sector.	1989 2017
República de Colombia	Ley 1978 *Son varias las leyes que regulan este sector.	2019
República de Ecuador	La ley orgánica de comunicación <i>Derogada en el 2021</i>	2013
República oriental del Uruguay	Ley de medios, regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual	2014

Nota. La tabla muestra las leyes aprobadas en Suramérica, en el periodo 2011-2020, dichas leyes regulan específicamente la emisión de contenidos televisivos.

Como instrumento del método comparativo se creó la ficha propia titulada, “Marco jurídico y político audiovisual”, esta se elaboró utilizando los siguientes documentos:

1. “Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social”, publicado por el Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC) de la UNESCO: Aquí se detallan indicadores y aspectos claves que deben de ser analizados y evaluados dentro del ecosistema mediático del país con el fin de medir el estado de sus medios masivos de comunicación, con el propósito de mejorar su contribución al desarrollo social y hacer que su avance sea medible y transparente para alcanzar medios libres, independientes y plurales. (UNESCO , 2008).

2. “Media Pluralism Monitor 2020”, implementado por el Centre for Media Pluralism and Media Freedom: “Monitoring Media Pluralism in the Digital Era, Report 2020”, este último es un documento científico y holístico que evidencia el esfuerzo para medir la salud de los ecosistemas mediáticos, detallando amenazas al pluralismo y libertad para todos los estados miembros de la Unión Europea y países candidatos. (Centre for Media Pluralism and Media Freedom, 2020).

F. Esser (2019, pág. 85) manifiesta que, para tener éxito en los estudios comparativos es fundamental que los objetos se analicen sobre la base de un marco conceptual y método común que pueda ser aplicado a todos los países (sus políticas públicas), es por ello, que en base a los dos documentos precitados, se seleccionaron las variables independientes que están intrínsecamente relacionadas al área legal, de esa forma y definidas las mismas, se procedió a realizar el análisis jurídico comparado entre las leyes audiovisuales Suramericanas aprobadas en el periodo 2011-2020. A continuación, se detalla cada variable y sus respectivos indicadores por país analizado utilizando la siguiente estructura:

Tabla 10. Ficha. Marco jurídico y político audiovisual

Análisis de caso:		País. Nombre de la ley					
Generalidades		Aspectos políticos					
		Aspectos económicos actuales					
		Mercado Audiovisual					
		Análisis procesal o judicial ¹⁸					
No.	Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18838	Caso: Colombia Ley 1979	...
1	Protección básica	Medidas de protección para la libertad de expresión	Sí/ No /No se específica				
		Medidas de protección para asegurar el derecho a la información	Sí/ No /No se específica				
		Medidas de protección para los periodistas y comunicadores sociales	Sí/ No /No se específica				
		Independencia política	Sí/ No /No se específica				
2	Pluralidad del mercado	Concentración (antimonopolio)	Sí/ No se permite/ No se específica				
		Límites legales para la propiedad	Sí/ No se establece/ No se específica				
3	Inclusión social	Acceso para personas con discapacidad y minorías	Sí/ No /No se específica				
		Participación de la sociedad civil	Sí/No				
		Medios comunitarios	Sí/No				
4	Espectro radioeléctrico	Ente regulador del espectro	Nombre del ente/Ley				
		Obligaciones de los licenciatarios	Normativa legal				
		Asignación de frecuencias	Subasta/Licitación /Libre				
		Renovación y período de licencia	Tiempo/Duración				
		Transferencia de licencias	Sí se permite/ No se permite /No se específica				
		Tipos de sanciones	Muy graves, graves, leves/ Mixtas				
		Ayudas y exenciones	Sí aplica/ No aplica				
5	Órgano regulador y de monitoreo	Composición y estructura	Consejo, Directorio, Comisión, etc.				
		Competencias y atribuciones	Sancionadora/ consultiva/ propositiva.				
		Elección de directivos	Concurso público/ político				
		Financiación	Público/ privado/ mixto.				
		Tipo de Sanciones	Muy graves/ graves/ leves/ Mixto/ No aplica				
6.	Televisión pública	Amparo legal	Nombre/ Decreto legislativo				
		Financiación	Público/ privado/ mixto.				

¹⁸ *Procedural analysis, “It focuses on a variety of questions involving the authority and competence of the decision maker, the process employed in arriving at the decision, and the impact that process has on the substantive outcome of a legal question or dispute”* (Cate, 2008, pág. 19)

Análisis de caso:		País. Nombre de la ley					
Generalidades		Aspectos políticos					
		Aspectos económicos actuales					
		Mercado Audiovisual					
		Análisis procesal o judicial ¹⁸					
No.	Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18838	Caso: Colombia Ley 1979	...
7	Contenidos audiovisuales	Obligaciones legales para el aporte cultural, social y educativo	Programación/ Horas/ No se específica				
		Publicidad	Límites de pauta (horas)/Contenidos				
		Cuotas de programación	Por origen: nacional o internacional				
		Aviso de contenidos	Clasificación/ rotación				
		Clasificación horaria	Apto para todo público/ No apto				
		Apoyo a la producción nacional	Apoyo financiero				
		Protección infantil	Horarios/ Contenidos				
		Sanciones	Muy graves/ Graves/ leves/ Mixtas				
		Internet	Servicios OTT				

Nota. La tabla indica la ficha a utilizar para realizar el análisis comparado. Se elaboró tomando como fuente los indicadores del desarrollo mediático Unesco (2008) e Indicadores del Media Pluralism Monitor (2020).

La ficha del marco jurídico de elaboración propia en base a medidores establecidos por organismos de renombre, permitió identificar una primera prospectiva para conocer las variables claves que intervienen en los procesos de regulación y ordenación de la televisión.

Dicho análisis judicial facilitó el conocer las diferencias y similitudes de las leyes generales de comunicación audiovisual de estos cinco países, este primer acercamiento permitió conocer el panorama televisivo latino, identificar las conexiones que se tienen con otros países del hemisferio occidental, e identificar las oportunidades de mejora y tendencias de desarrollo del sector.

Posteriormente, se avanzó a una segunda fase de investigación, que consiste en la elaboración de una, *Propuesta de lineamientos generales para la formulación ética e integral, de una política pública para la televisión terrestre digital en Honduras*, acorde al

contexto económico, social, cultural y político del país, detallado en el capítulo aplicabilidad ya que en Honduras no existe hasta la fecha una propuesta de cómo organizar el sector televisivo acorde a las necesidades de la industria.

3.1 Delimitación del estudio

El *espacio físico demográfico* de esta tesis doctoral se realiza en Centroamérica, específicamente en la República de Honduras. *Temáticamente*, esta investigación se centra en las políticas públicas de la industria televisiva para Honduras, al no existir una ley general de comunicación se evidencia la necesidad de realizar mediante un análisis comparado, un estudio de las legislaciones de países vecinos para conocer que se está haciendo en la región, y posteriormente proponer los lineamientos de un proyecto de regulación política para la industria televisiva hondureña, *delimitando el tiempo de estudio* durante la década del 2011 al 2020, ya que en este tiempo son cinco los países Suramericanos que aprobaron una normativa en materia de comunicaciones. Durante esta década el internet se popularizo aún más en Latinoamérica, trayendo cambios a los sistemas de comunicación tradicional y es también durante esta década, cuando muere el presidente Hugo Chávez, precursor del modelo Socialismo del Siglo XXI e impulsor de las primeras leyes de comunicación audiovisual en la región.

Metodológicamente (Wolf, 1987, citado en Hernández, 2015, pág. 70) “este estudio se basa en la corriente crítica ya que teóricamente está orientada a las relaciones generales entre el sistema social y medios de comunicación de masas; en oposición a la corriente denominada administrativa de carácter básicamente empírico-funcionalista”, siendo así un estudio descriptivo-explicativo de carácter no experimental, donde se recurre principalmente al análisis histórico-documental. *El instrumento de recolección de datos* utilizado es la ficha.

3.2 Diagrama sagital

El siguiente diagrama, representa gráficamente la relación existente entre las variables: dependiente e independientes identificadas en el presente estudio. Para el logro de las políticas públicas para la industria televisivas en Honduras es necesario establecer relaciones a través de normativas específicas, que contemplen aspectos como la protección básica a los comunicadores, la pluralidad y concentración del mercado, grado de inclusión social y representaciones de todos los grupos sociales, las funciones de los órganos reguladores, cómo se distribuye y administra el recurso limitado del espectro radioeléctrico, el apoyo y visibilidad que se da a la televisión pública, las regulaciones específicas para la emisión de contenidos audiovisuales y el uso del internet y las nuevas plataformas que aportan al desarrollo sociocultural del capital humano de la nación.

Figura 7. *Diagrama sagital*



Nota. El diagrama muestra la relación entre las variables independientes (7) y la dependiente.

3.3 Matriz metodológica

A continuación, se presenta de manera resumida la congruencia existente entre los diferentes elementos identificados, para el desarrollo del presente estudio. Esta estrategia (elaboración de matrices metodológicas) permitirá diseñar de forma general el proceso de investigación, asegurando así una coherencia integral entre todos los elementos para que exista una secuencia lógica en dicho corpus.

Tabla 11. *Matriz Metodológica*

No	Problema	Objetivos		Preguntas de investigación	Justificación
		Generales	Específicos		
1	Honduras necesita incorporar en su legislación nacional una política de comunicación audiovisual para poder propiciar el desarrollo sociocultural en la nación.	Formular una propuesta de lineamientos generales para la creación de una PP televisiva hondureña.	Realizar un estudio comparativo de las leyes de comunicación audiovisual aprobados durante el 2011-2020 en Suramérica.	¿Cómo desarrollar metodológicamente un estudio comparativo de leyes de comunicación audiovisual aprobados durante el 2011-2020 en Suramérica?	Cada vez son más los países que incorporan dentro de su legislación políticas de comunicación audiovisuales con el fin de normar y organizar a un sector que produce cientos de miles de ingresos económicos al año y que ejerce una influencia en la sociedad ya que tiene la capacidad de afectar la vida social, política, económica y cultural de los países y regiones.
2			Identificar las variables que se regulan en una política pública televisiva.	¿Cuáles son las variables que se regulan en una política pública televisiva?	
3			Proponer los lineamientos del plan de políticas públicas (policy-making) televisivas óptimo para la sociedad hondureña.	¿Cómo debe ser la propuesta del plan de políticas públicas (policy-making) televisivas óptimo para la sociedad hondureña?	

Nota. La matriz muestra el resumen metodológico empleado en el presente estudio.

Tabla 12. Matriz Metodológico conceptual

Preguntas de investigación	Metodología	Técnicas	Variables	
			Dependientes	Independiente
¿Cómo desarrollar metodológicamente un estudio comparativo de leyes de comunicación audiovisual aprobados durante el 2011-2020 en Suramérica?	Cualitativa	Análisis documental	Políticas públicas de la industria televisiva en Honduras	Protección básica
				Pluralidad de mercado
				Inclusión social
				Espectro radioeléctrico
				Órgano regulador y de monitoreo
				Televisión pública
				Contenidos Audiovisuales
¿Cuáles son las variables que se regulan en una política pública televisiva?	Cualitativa			
¿Cómo debe ser la propuesta del plan de políticas públicas (policy-making) televisivas óptimo para la sociedad hondureña?	Mixta			

Nota. Esta tabla muestra a relación de las variables dependientes e independientes, así como las fuentes de información para la recopilación de datos.

3.4 Técnicas e instrumentos aplicados

Para el estudio comparado de las leyes de comunicación audiovisual de Suramérica aprobados en el periodo 2011-2020, se hizo uso del instrumento de la ficha, al tratarse de un estudio inminentemente bibliográfico. Tal y como señala Hernández (Op.cit. 2014):

La investigación bibliográfica consiste en la “Observación científica de hechos que aparecen como objetos dados”. Su instrumento de recolección de hechos y datos son las fichas. En este tipo de investigaciones, las hipótesis son sometidas a validación lógico-mental y el procedimiento de resultados se orienta a la ordenación y explicación. (pág.71)

3.5 Procedimiento empleado

- **Procedimiento uno:** Delimitación del alcance del estudio sobre las políticas públicas para la industria televisiva en Honduras.
- **Procedimiento dos:** Con el propósito de fundamentar teóricamente el estudio, se definió, recolectó y analizó documentación en físico y virtual para conocer el estado de la cuestión sobre la perspectiva de estudio en la que encuadra la investigación, la economía política de la comunicación.
- **Procedimiento tres:** Se realizó un análisis jurídico comparado de las políticas de comunicación audiovisual utilizando como base los indicadores de desarrollo mediático propuestos por la Unesco y el informe del Media Pluralism Monitor; aplicándose a cada uno de los cinco países que aprobaron su normativa legal durante la década del 2011 al 2020, siendo estos: Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay. Las variables estudiadas fueron: Protección básica, pluralidad del mercado, inclusión social, espectro radioeléctrico, órgano regulador y de monitoreo, medios públicos y contenidos audiovisuales. Adicionalmente, se realizaron encuestas y entrevistas a actores prioritarios para conocer más sobre dicha temática.
- **Procedimiento cuatro:** Propuesta del plan de lineamientos generales para la formulación ética e integral, de una política pública para la Televisión Terrestre Digital (TTD) en Honduras.

3.6 Fuentes de información

En el desarrollo del presente estudio sobre políticas públicas para la industria televisiva, las fuentes fueron las siguientes:

- **Primarias:** Documentos oficiales de instituciones de Gobierno, textos legales vigentes, reformados y derogados, diarios de sesiones de las asambleas legislativas, documentos oficiales de diferentes actores sociales sobre políticas públicas y entrevistas a profundidad con actores importantes de Honduras, con el propósito de conocer sus opiniones, contrastar información, identificar otros factores importantes a considerar para la formulación de políticas públicas, mismas que fueron evaluadas en este documento.
- **Secundarias:** Permitió tener información adicional para sustentar la temática abordada en el presente estudio. Las fuentes utilizadas fueron las siguientes: artículos y manuales de Tesis, libros, y fuentes electrónicas (páginas web, libros electrónicos).

3.7 Limitantes del estudio

En la actualidad los canales de televisión en Honduras no están organizados y no cuentan con una asociación de medios de comunicación sólida, participativa e inclusiva, siendo este un factor importante en principio para lograr una identificación para posteriores acercamientos. El no tener un sector organizado limita en el momento de definir políticas de funcionamiento y de esta forma lograr estandarizar criterios en aspectos técnicos, culturales y económicos.

Por otra parte, muy poco se ha investigado sobre las políticas económicas de comunicación en Centroamérica y específicamente en Honduras donde el Estado, la academia y el gremio periodístico no le han dado la importancia que merece, teniendo así limitada información disponible sobre la estructura del sistema mediático del país y difícil acceso a memorias o documentos legales que sirvan como antecedentes de estudio.

Capítulo IV. Resultados y Análisis

En el presente capítulo se exponen los resultados obtenidos a través del análisis comparado de las leyes generales de comunicación audiovisual de países suramericanos que aprobaron, ejecutaron y tienen vigentes sus normativas en el período 2011-2020.

Identificándose los siguientes países:

1. Bolivia
2. Chile
3. Colombia
4. Ecuador
5. Uruguay

El proceso de resultados, se llevó a cabo aplicando el método estadístico descriptivo, ordenando la información de manera lógica derivada de estructura de la ficha comparativa. Para efectuar parte del análisis se utilizaron herramientas para el procesamiento de datos, el cual facilitó la interpretación ya que se generaron fichas, tablas y gráficos.

A continuación, se presenta un esquema del diseño de investigación, ilustrando las etapas que se llevaron a cabo para exponer los resultados en este capítulo.

Figura 8. *Etapas de investigación*



Nota. La figura muestra el desarrollo de la investigación por etapas hasta obtener los resultados.

4.1 Caso: Bolivia

4.1.1 Generalidades

El Nombre oficial de Bolivia es Estado Plurinacional de Bolivia, se sitúa en el centro de América del Sur, entre los 57°26' y 69°38' de longitud occidental del meridiano de Greenwich y los paralelos 9°38' y 22°53' de latitud sur, abarca más de 13 grados geográficas. Su extensión territorial es de 1.098.581 kilómetros cuadrados. Limita al norte y este con Brasil, al sur con Argentina, al oeste con Perú, al sudeste con Paraguay y al sudoeste con Chile. No cuenta con salida al mar. La población total es de 11.4 millones habitantes (2019), de los cuales 50,7% es mujer y 49,3%, hombre, la densidad poblacional es de 9.94 habitantes /km², la cual está distribuida entre Aymará (25%), Quechua (31%), Otros (44 %) (Instituto Nacional de Estadística, 2021).

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) declaró en un informe que Bolivia presenta una tasa de analfabetismo inferior al 4% por lo que pasa a estar considerado como país alfabetizado gracias a un método que

siguieron anteriormente países como Cuba y Venezuela (Radio América, 2019). El índice de desarrollo humano (IDH) de 2019 en Bolivia fue 0,718, se encuentra en el puesto 107. La esperanza de vida en Bolivia esté en 71,24 años, su tasa de mortalidad en el 6,77. El PIB per cápita en el 2019 fue de 3.196€. La moneda de curso legal es el boliviano (Datos macro, 2021).

El español es el idioma más hablado del país, por el 88% de la población (de estos, solo 47,5% como lengua materna). Asimismo, existen 36 idiomas establecidos en el artículo 8 de la ley general de derechos y políticas lingüísticas (2012):

Artículo 8. (Idiomas oficiales) Son idiomas oficiales del Estado, el castellano y todos los idiomas de las naciones y pueblos indígena originario campesinos, que son el Aymara, Araona, Baure, Bésiro, Canichana, Cavineño, Cayubaba, Chácobo, Chimane, Ese ejja, Guaraní, Guarasu'we, Guarayu, Itonama, Leco, Machajuyai-kallawaya, Machineri, Maropa, Mojeño-Trinitario, Mojeño-Ignaciano, Moré, Mositén, Movima, Pacawara, Puquina, Quechua, Sirionó, Tacana, Tapiete, Toromona, Uru-Chipaya, Weenhayek, Yaminawa, Yuki, Yuracaré y Zamuco.

Sobre el tema religioso, en Bolivia existe la ley de libertad religiosa, organizaciones religiosas y de creencias espirituales. El credo predominante es el católico, donde se han incorporado a la liturgia elementos religiosos indígenas. De la misma forma, existe un alto crecimiento de grupos religiosos protestantes. (Asamblea Legislativa Plurinacional, 2019).

4.1.2 Aspectos políticos

Una característica en común de los mandatarios Hugo Chávez en Venezuela (1999-2013), de Lula da Silva y Dilma Rousseff en Brasil (2003-2016), de Néstor Kirchner y Cristina Fernández en Argentina (2003-2015), de Tabaré Vázquez y José Mujica en Uruguay

(2005-2020), Evo Morales en Bolivia (2006-2019) y de Rafael Correa en Ecuador (2007-2017) es que llegaron al poder en una época donde las redes sociales no se habían masificado y los medios de comunicación tradicionales eran el espacio central de la política.

Bolivia actualmente se rige bajo un sistema de Gobierno democrático participativo, representativo y comunitario, con equivalencia de condiciones entre hombres y mujeres. El Estado organiza su poder a través de los órganos Legislativo, Ejecutivo, Judicial y Electoral. La organización del Estado está fundamentada en la independencia, separación, coordinación y cooperación de estos órganos que tienen como función Estatal el control, defensa de la sociedad y defensa del estado. En la ciudad de Sucre está el Poder Judicial (capital Constitucional del Estado Plurinacional de Bolivia) y en la ciudad de La Paz el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo (sede de Gobierno) (Embajada de Bolivia, 2021).

En Bolivia hubo en total 90 gobiernos entre constitucionales, interinos y de facto; con 67 presidentes. En agosto de 2008, el gobierno llamó a una revocatoria de mandatos. El señor Evo Morales obtuvo 67.4% de votos a favor. Luego, en enero de 2009 la nueva Constitución fue refrendada con 61.4% de los votos. En diciembre de 2009, el Gobierno obtuvo su reelección (para 2010-2015) bajo la nueva Constitución con 64.2% de los votos en primera vuelta (Miranda, 2019).

Zegada y Komadina (2014) relatan que Evo Morales fue elegido presidente (año 2006) con 53.7% de los votos en primera vuelta poniendo fin al consenso neoliberal en Bolivia, era la primera vez que un indígena que representaba un 62% de la población según los censos del 2011 presidiría Bolivia. Adicionalmente, el capital político de Morales provenía de su experiencia en sindicatos, movimientos campesinos e indígenas y no de su meritocracia profesional. Para el período 2015-2020 Morales fue reelegido con 61.3% de los votos en primera vuelta.

La Constitución de Bolivia en su Artículo 87 (Asamblea Constituyente, 2009) establece que “el mandato improrrogable del presidente de la República es de cinco años. El presidente puede ser reelecto por una sola vez después de transcurrido cuando menos un Periodo Constitucional”.

La explicación que se plantea, del por qué Evo permaneció en el poder 14 años, es debido a que su primer mandato se llevó a cabo bajo otro régimen constitucional donde el artículo 87 no aplicaría. Los próximos dos mandatos si estarían regidos bajo la Constitución 2009, sin embargo, Evo buscó una tercera reelección por medio de un referéndum que perdió en el 2016 pero el Tribunal Constitucional Plurinacional (TCP) emitió un controversial fallo a favor de las intenciones del mandatario permitiéndole buscar otro periodo en el poder, de haber ganado Evo hubiese estado 20 años como presidente de Bolivia (BBC Mundo, 2017).

Levitsky y Roberts (2011, citado en Shuliaquer, 2020) sostienen que el Gobierno de izquierda de Bolivia se caracterizó por una hibridación entre el marco heredado y un proyecto estatista y redistributivo, donde los primeros tres años de mandato de Morales fueron de confrontación con los medios de comunicación y sus siguientes siete años de negociación, por lo que al final experimentó un buen trato por la gran mayoría de medios privados del país, expresado por Morales (2013):

Ahora quedan 10% o 20% de opositores. No es que necesite apoyo, sino que digan la verdad. Si lo estoy haciendo mal que lo digan, pero con argumentos, sin tergiversaciones. Esa es la observación que tengo. Por supuesto siempre habrá libertad de expresión, pero libertad para decir la verdad, dijo el presidente para el diario cruceño El Deber, el 24 de septiembre de 2013.

En noviembre del 2019 Evo Morales renunció a la Presidencia de Bolivia por invitación de las Fuerzas Armadas, a lo que unos llaman Golpe de Estado y otros el restablecimiento de un orden previamente vulnerado (El País, 2019). Un año después, Luis Arce fue elegido presidente mediante las elecciones generales de Bolivia de 2020.

4.1.3 Aspectos económicos actuales

Informes del Banco Mundial (2021) revelan que Bolivia recurrió a un elevado gasto público y un creciente crédito interno para mantener un alto crecimiento económico, posterior al auge que tuvo en el 2014 por la exportación de materias primas. Esta medida provocó un aumento de la deuda pública nacional. La crisis sanitaria de la COVID-19 ha sumido a la economía en una profunda recesión provocando un repunte de la pobreza.

Por otro lado, en un entorno externo desafiante, el crecimiento y la generación de empleo requiere una mejora del ambiente de inversiones, principalmente de la regulación laboral y tributaria, que permita dinamizar la inversión privada para complementar los esfuerzos hechos desde el sector público. De igual manera, es posible mejorar la eficiencia y progresividad de las políticas públicas de forma tal que se pueda proteger a la población más vulnerable y mejorar el acceso y calidad de los servicios públicos sin aumentar el gasto de manera insostenible.

Según el Índice global de Pobreza Multidimensional (2021), difundido por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Iniciativa sobre Pobreza y Desarrollo Humano de Oxford (OPHI), donde se analiza la situación de 109 países en base a tres dimensiones: salud, educación y nivel de vida. Su informe 2021 titulado, *Desvelar las disparidades de etnia, casta y género*. Evidencia que los países más pobres son aquellos que tienen un alto índice de pueblos originarios, “los pueblos indígenas representan el 44% de la

población del Estado Plurinacional de Bolivia, pero representan el 75% de los que viven en situación de pobreza multidimensional (pág. 15)”.

4.1.4 Mercado audiovisual

La televisión llegó a Bolivia en 1969, fue a partir de 1976 que se instalaron más canales en el país y dos años después iniciaron las transmisiones de la TV a colores. Fue hasta el año de 1986 que la Dirección General de Telecomunicaciones (ya extinta) reglamento el servicio del espectro televisivo. A finales de los años 90, periodo de la Sittel, se registraban 104 canales, con poca producción local ya que el 90% de la programación provenía del extranjero.

El 2009 fue un año decisivo para el desarrollo de la televisión en Bolivia, se fundó la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transporte (ATT, 2021) y Bolivia TV (2021) el canal Estatal, que como en la mayoría de los países latinos se divulga el quehacer del Gobierno. A partir del 2010 sale la Televisión Digital, actualmente se implementa el *plan de televisión digital terrestre* vía decreto supremo N. 3896 donde para el 2028 se prevé el apagón analógico oficial (Morales, 2017).

En Bolivia existen 635 radioemisoras, de las cuales 194 emiten señal a zonas urbanas y 441 en áreas rurales. Según el último Censo Nacional de Población y vivienda del 2012, el 67.24% de hogares tienen un televisor (Morales, Decreto Supremo 3152, 2017), por su parte, el INE indica en su último informe que el 82% de los bolivianos cuentan con TV en casa, pero solo el 14% de la población total tiene acceso al internet (Instituto Nacional de Estadística, 2017).

Sobre la organización de medios y comunicadores se identifica la Asociación de Periodistas de La Paz, la Federación de Trabajadores de la Prensa, de corte más sindical, la

Asociación Nacional de la Prensa (ANP, 2021) que aglutina a directores de los medios impresos y fue fundada en 1970, La Asociación de Radios Comunitarias de Bolivia APRAC-BOLIVIA (2021) fundada en 1998 y que forma parte de la Asociación mundial de Radios Comunitarias (AMARC). En esa línea, el informe de desarrollo Mediático de Bolivia (Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de la Fundación UNIR Bolivia, 2016) establece:

El profesionalismo de los periodistas, su responsabilidad para informar y su manejo de la verdad fueron calificados con un promedio de 47% de insatisfacción frente a un 42% de satisfacción. Según un estudio realizado por la revista “Poder y Placer” el 201176, el 68% de la población que vive en las ciudades del eje troncal considera que la prensa es la institución más creíble del país. El 66% ve a la Iglesia Católica con la imagen de más confiable. En la parte más baja de esta escala de confiabilidad están la policía (28%), el gobierno (26%) y la justicia (18%). (pág.71)

El sector mediático de Bolivia posee características muy propias, entre ellas que posee una facturación baja, no evidencia su mercado comunicacional una concentración de la propiedad notoria ya que existe una mayor diversidad de dueños de medios, que, a su vez, poseen otros negocios que son más rentables que el de la comunicación (Mastrini y Becerra, 2006).

Por otra parte, el Estado posee un mayor poder debido a que se nacionalizó la Empresa Nacional de Telecomunicaciones (Entel), privatizada en 1995. Sobre los comunicadores y periodistas, estos practican su profesión bajo los parámetros de la reportería buscando un equilibrio y mostrando las contrapartes de las noticias. Por último, pero no menos importante, los medios de comunicación si cuentan con financiamiento publicitario estatal, según Decreto Supremo 181 (Morales Ayma, 2017), pero solo se otorga aquellos que “no mienten y no

ofenden al Gobierno”, provocando así una autocensura, reacomodo y alineación a la administración en turno.

Bolivia se encuentra en el puesto 110 de la clasificación mundial de la Libertad de Prensa y durante el mandato de Evo Morales y posterior a su exilio, Reporteros Sin Fronteras (Correo del sur, 2019) y otros organismos denuncian la violación a los derechos de los comunicadores críticos y los atentados a medios de comunicación en el marco de las movilizaciones sociales y protestas que se han efectuado por todo el país, en el 2020 y 2021 estas agresiones han ido en aumento.

4.1.5 Análisis judicial: Ley No. 164

Schuliaquer (2014) expresa que una de las principales tensiones de los Gobiernos de izquierda de la región suramericana y los grupos mediáticos era que los mandatarios señalaban a los medios de comunicación como la principal oposición política. Sin embargo, todos estos presidentes permanecieron en el poder por más de un período y a finales de su primer mandato modificaron la forma de participar en las escenas mediáticas por medio de una normativa legal de medios.

En el 2010 se sancionó la Ley 045 *Contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación* (Asamblea Legislativa Plurinacional, 2010), socializado bajo el slogan “Todos somos iguales ante la ley”, esta normativa ampara la creación del Comité Nacional contra el Racismo y toda Forma de Discriminación que depende del Ministerio de Culturas a través del Viceministerio de Descolonización y que tiene como función promover, diseñar e implementar políticas y normativa integrales contra el racismo y toda forma de discriminación.

Esta ley regula los medios de comunicación y establece que deben de adoptar medidas de autorregulación para “garantizar la eliminación del racismo y toda forma de discriminación, en relación a su responsabilidad de generar opinión pública conforme a la Constitución Política del Estado”. Asimismo, les ordena eliminar “de sus programaciones, lenguajes, expresiones y manifestaciones racistas, xenófobas y otros de contenido discriminatorio”. El incumplimiento de estas medidas conllevará a sanciones severas expresado en los siguientes artículos:

Artículo. 16: (Medios Masivos de Comunicación). El medio de comunicación que autorizare y publicare ideas racistas y discriminatorias será pasible de sanciones económicas y de suspensión de licencia de funcionamiento, sujeto a reglamentación.

Artículo 281 bis. (Racismo). La persona que arbitrariamente e ilegalmente, restrinja, anule, menoscabe o impida el ejercicio de derechos individuales o colectivos por motivos de raza, origen nacional o étnico, color, ascendencia, pertenencia a naciones y pueblos indígena originario campesinos o el pueblo afroboliviano o uso de su vestimenta o idioma propio, será sancionado con pena privativa de libertad de tres a siete años.

Artículo 281 ter. (Discriminación). La persona que arbitrariamente e ilegalmente obstruya, restrinja, menoscabe, impida o anule el ejercicio de los derechos individuales y colectivos, por motivos de sexo, edad, género, orientación sexual e identidad de género, identidad cultural, liación familiar, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, opinión política o filosófica, estado civil, condición económica o social, enfermedad, tipo de ocupación, grado de instrucción, capacidades diferentes o discapacidad física, intelectual o sensorial, estado de embarazo, procedencia regional, apariencia física y vestimenta, será sancionado con pena privativa de libertad de uno a cinco años.

Además, los medios de comunicación están en la obligación de transmitir al mes 20 minutos en horarios preferenciales de contenidos que impulsen el reconocimiento, el respeto de las diferencias y la promoción de principios, valores y normas para erradicar conductas racistas y toda forma de discriminación. Deberán de enviar semestralmente un informe de actividades al Comité Nacional contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación. Sobre aplicación de sanciones, le corresponde a la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones ATT, iniciar con los procedimientos legales en conjunto con otros organismos como el Ministerio de Justicia.

La periodista Vaca (2010) de la BBC recopila que esta Ley 045 fue rechazada por medios de comunicación y diputados de la oposición indicando que "es poner una mordaza a los medios de comunicación al estilo del presidente de Venezuela, Hugo Chávez, aunque en Bolivia se hace de manera disimulada en una ley contra el racismo planteada por un diputado afro-descendiente del partido gobernante". Por su parte, Evo Morales afirmó que "no estamos acallando a los medios de comunicación, pero es mi obligación erradicar a los racistas que son dueños de medios de comunicación" (EFE La Paz, 2010).

Posteriormente, se sanciona la Ley No. 164 (2011), *Ley de telecomunicaciones, tecnologías de información y comunicación* aprobado previo a una etapa de análisis y debates donde los medios comunitarios y alternativos fueron actores primordiales, estos redactaron y modificaron artículos. Sin embargo, en esta ley no se regula la emisión de contenidos, su mayor aporte es referente a la distribución del espectro radioeléctrico y la restricción para la concentración de medios, este último no ha representado un mayor problema en el país. También se contempla en esta normativa el servicio postal y el gobierno digital.

El Decreto Supremo 3152 (2017) *Plan de Implementación de Televisión Digital Terrestre* indica que para el 2025 se realizaría el apagón analógico en todo el territorio y que

la ATT será la encargada de verificar el cumplimiento de las disposiciones legales, este se rige por el *Plan Nacional de Frecuencias* (Ministerio de obras públicas, servicios y vivienda. Viceministerio de Telecomunicaciones, 2012). A solicitud de los operadores, el Gobierno postergó por tres años el apagón analógico y será en el 2028, establecido en el Decreto Supremo 4628 (2021).

Se identifica que, en el 2017 un grupo de legisladores trabajaron en un “proyecto de ley que penalizaba la labor periodística y que causó el rechazo de las organizaciones de prensa de Bolivia” misma que fue retirada y se aseguró por parte del ministerio de comunicaciones que toda iniciativa referente a la labor informativa debe ser debatida con este gremio. Actualmente la prensa escrita se rige bajo *Ley de Imprenta* vigente desde 1825 (Agencia EFE, 2017).

En la actualidad los medios de comunicación en Bolivia y sus comunicadores sufren fuertes amenazas, producto de la inestabilidad política que atraviesa el país. Una noticia que causó indignación a nivel internacional se identifica bajo el titular: Persona que desinforme será llevada a hospitales para atender a enfermos con COVID-19¹⁹ (Opinión, 2020). El caso de Bolivia es emblemático ya que no solo atravesaron la pandemia, sino que también se encontraban en un proceso político de transición de la presidenta Jeanine Añez al presidente constitucional Luis Arce.

Las asociaciones de prensa denuncian los ataques constantes e intentos de eliminar la libertad de expresión que sufren por medio del Gobierno actual, así como la intención que se

¹⁹ Se difundió una noticia falsa que expresaba que, llegaría al país un vuelo internacional con repatriados bolivianos infectados de COVID-19, en su defensa, el ministro de Obras Públicas, Iván Arias, expresó que estas *fakenews* lo que buscan es dañar la imagen de su Gobierno y que el que difunda este tipo información lo llevarían a los hospitales a cuidar enfermos.

tiene de elaborar una ley de comunicación que según ellos busca censurarles (Agencia de noticias FIDES, 2021).

En la actualidad, la Ley 164 no regula específicamente la emisión de contenidos, horarios y la clasificación por género. En los últimos meses del mandato de Evo Morales, éste promulgó una ley que absuelve a los medios de comunicación de publicar en sus plataformas “propaganda” y queda de manera voluntaria que los medios difundan gratuitamente contenido formativo, educativo, preventivo y social de alguna normativa específica, promoviendo así un modelo de autorregulación en la industria (Los Tiempos, 2019).

En el actual Gobierno de Luis Arce se han registrado ataques a la prensa que están desde el control policial a mensajes de periodistas (Asociación Nacional de La Prensa Bolivia , 2020), acciones violentas e intimidatorias cometidas por funcionarios del Estado y la intención de revocar el derecho al secreto profesional o confidencialidad, lo que implicaría que los periodistas no pueden ejercer su derecho al anonimato de las fuentes que lo soliciten (DW, 2021).

La última noticia registrada es que la viceministra de comunicación “convoca a directores de medios de comunicación para analizar la desinformación” y así revisar y analizar la información falsa que corre en redes sociales (Viceministerio de comunicación, 2021). En cambio, los medios locales lo titularon: viceministra llama a directores de medios para reclamar por “desinformación” (Asociación Nacional de la Prensa Bolivia, 2021) lo que manifiesta la pugna entre el Gobierno de Arce y los medios de comunicación.

Figura 9. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Bolivia



Nota. La infografía es de elaboración propia utilizando vectores de freepik con licencia.

4.2 Caso: Chile

4.2.1 Generalidades

La República de Chile se sitúa en el margen suroccidental de América del Sur, entre los 17° 30' y 56° 30' de latitud sur. Sus territorios comprenden parte del continente americano, Oceanía y la Antártica. La superficie es en conjunto 2.006.096,3 de Km², sin contar el mar territorial y las 200 millas de mar patrimonial o Zona Económica Exclusiva. Limita al Norte con Perú, al este con Bolivia y Argentina, al sur con el Polo Sur (Territorio Chileno Antártico) y al oeste con el Océano Pacífico, el cual baña sus costas en una extensión de más de 8.000 Km (Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, 2021).

En cuanto a su administración, el Estado de Chile está organizado en quince regiones a cargo de un intendente designado por el presidente. Existen también cincuenta provincias encabezadas por un Gobernador y 341 municipios, a cargo de un alcalde y concejales, elegidos por votación cada cuatro años (Ministerio de relaciones exteriores, 2021).

Ni la Constitución, ni alguna ley oficializa que el español es el idioma oficial de Chile, pero es el idioma empleado en toda la comunicación oficial del país. La Ley Indígena 19.253 establece normas sobre protección, fomento y desarrollo de los pueblos- y reconoce como etnias las Mapuche, Aymara, Rapa Nui, Atacameña, Quechua, Colla, Kawashkar o Alacalufe, Yámana o Yagán y Diaguita; pero se identifica según registros de la Biblioteca del Congreso que solo cuatro etnias mantienen algún grado de vitalidad sociolingüística: mapudungun, aymara, rapa nui y quechua y solo el 9,9% de esta población habla y entiende su lengua (Casas y Hurtado, 2021).

En el 2017 se realizó el último censo de población y vivienda en Chile donde censaron 17,574,003 personas. De ellas, 8,601,989 (48,9%) son hombres y 8,972,014

(51,1%), mujeres. El número de viviendas, en tanto, fue 6,499,355, de las cuales 6,486,533 (99,8%) corresponden a viviendas particulares y 12,822 (0,2%) a colectivas. Lo anterior refleja que entre 2002 y 2017, la tasa media anual de crecimiento de la población se ubicó en 1,0. Este informe establece que la población en Chile está envejeciendo aceleradamente, porque si bien sigue creciendo, cada vez lo hace de forma más lenta. En el Censo 1992, 6,6% de las personas tenía 65 años y más, pero en el Censo 2017 este grupo etario representó 11,4% (Instituto Nacional de Estadística, 2017).

Según informes de la UNESCO, Chile tiene una tasa de alfabetización del 96,4%. Su tasa de alfabetización masculina es del 96,48% y la femenina del 96,33%. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) lanzó el *Informe Global de Desarrollo Humano 2020*, donde indica que Chile tiene el primer lugar en el Índice de Desarrollo Humano (IDH) en América Latina y el Caribe, se posiciona en el puesto 43 de 189 países (Invest Chile, 2020). Alrededor del 73% de los chilenos están vinculados a la Iglesia Católica Romana, un 15% al protestantismo y el 8% afirma no tener ninguna religión.

4.2.2 Aspectos políticos

Su sistema político es republicano, democrático y representativo, con un gobierno de carácter presidencial por períodos de 4 años, dividido en tres poderes: Ejecutivo, Legislativo con un Senado (38 miembros) y Cámara de Diputados (120) y Judicial con una Corte Suprema, integrada por 21 miembros, uno de los cuales es elegido presidente cada tres años (Ministerio de relaciones exteriores, 2017).

Sobre el Producto Interior Bruto (PIB), para el 2021 Chile elevó su previsión de crecimiento al 6%, debido principalmente al avance de la vacunación contra la COVID-19,

la recuperación de la economía mundial y el precio del cobre ya que Chile es el primer productor mundial (Agencia EFE, 2021).

Chile estuvo bajo una dictadura militar desde 1973 a 1990, durante los años 70 el Gobierno de los Estados Unidos competía con la Unión Soviética para imponer su sistema político. Por eso, la Agencia Central de Inteligencia (CIA) de Estados Unidos financió un golpe de Estado para derrocar al presidente Salvador Allende, que promovía la nacionalización de empresas privadas y se consideró que su influencia comunista era un peligro para los empresarios y militares de la época (La Vanguardia, 2019).

El presidente de Chile (periodo 2018-2022) es Miguel Juan Sebastián Piñera Echenique empresario y político, quien ya fue presidente del país durante el 2010-2014, algunos académicos le señalan como el representante de la derecha moderna (Beyer, 2005). Al presente, a este mandatario se le ha señalado de presuntas irregularidades por la venta de un megaproyecto minero, revelado en los Pandora Papers. El partido de oposición ha presentado una acusación formal contra el mandatario que pide llevarlo a un juicio político de destitución por presunta corrupción (France 24, 2021).

4.2.3 Aspectos económicos actuales

En el contexto de la pandemia, se produjo un estallido social. Aunque para el 2020 el PIB se contrajo en un 6% de familias chilenas perdieron sus empleos. La hostelería, agricultura y otros rubros experimentaron declives y la clase media se debilitó más. A pesar de que las autoridades recurrieron a las reservas fiscales, esto no ayudó a la deuda pública, la cual subió de un 18 por ciento en el 2019 a un 33 por ciento en el 2020. Esto lleva a pronosticar que la pobreza aumentará desde un 8,1 por ciento a un 12,2 por ciento, llevando a tal situación a casi 800.000 personas (Telesur, 2021).

4.2.4 Mercado audiovisual

Chile fue el penúltimo país en Suramérica en tener televisión en 1959, su nacimiento fue gracias a la influencia de las universidades que trabajaron por este proyecto que buscaba promover el desarrollo cultural y educativo en el país. Esta ruta se transformó con el mundial de fútbol en 1962 donde la TV dejó de tener un enfoque educativo a uno de entretenimiento (Biblioteca Nacional de Chile, 2021), curiosamente la Ley 18838, protege este esparcimiento deportivo:

Art. 17 Los partidos de la selección nacional de fútbol profesional, que tengan el carácter de oficiales, en el evento de ser transmitidos, deberán serlo a través de señales de televisión de libre recepción, sin perjuicio de las transmisiones que puedan hacer los permisionarios de servicios limitados de televisión.

Meneses Vera y Perfetti (2014) narran que producto de la transmisión de estos partidos en el país se importaron una gran cantidad de televisores y equipos de telecomunicaciones que hasta la fecha va cada vez en aumento. Por otra parte, el Estado, al ver el potencial de la televisión y el efecto sobre las audiencias, consideró la necesidad de entablar relaciones con los empresarios de la época, decisión que hasta hoy afecta al país producto de la concentración mediática que existe y pocos controles en contenidos.

Hurtado (1989) narra que desde 1958 hasta 1970 la televisión en Chile estuvo regulada por el decreto 7.039 que estipulada los requisitos para la concesión de frecuencias, instalación y funcionamiento de estaciones de televisión en Chile (pág.20). Posteriormente en 1970 se sanciona la ley 17.377, que reconoce a la Televisión Nacional de Chile (Poder Legislativo, 1970). El 2 de octubre de 1982 se promulga La Ley No. 18.168, Ley General de

Telecomunicaciones, que establece el otorgamiento de las concesiones de radiodifusión la cual permitió desregular el sector y aprobar el ingreso de nuevas empresas (SUBTEL, 2021).

Por aprobación de los militares en 1989, se crea oficialmente el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) mediante la Ley 18838, organismo autónomo de rango constitucional "que vela por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo, en sintonía con los cambios tecnológicos y socio culturales, en un contexto de creciente internacionalización", dentro de sus funciones está la supervisión y fiscalización de contenidos. En 1992 se crea la Ley 19.132, que deroga la Ley 17.377 de 1970, donde se establece que la Televisión pública es una empresa autónoma y se autofinanciará por medio de la venta publicitaria (Ministerio Secretaría General de Gobierno, 1992).

Esta misma Ley 18838, clasifica a la TV según su cobertura: Nacional: si tienen un 50% de presencia en el territorio nacional. Regional: si poseen un alcance efectivo igual o superior al 25% de la población o una cobertura igual o superior al 50% de las comunas de dicha región. Locales: si contemplan presencia sólo en una región, comprendiendo dentro de ella un alcance efectivo inferior al 25% de su población y con una cobertura inferior al 50% de las comunas de dicha región. Locales de carácter comunitario: si poseen una sola concesión dentro de los márgenes de presencia establecidos para los concesionarios de cobertura local y que no formen parte de cadenas ni redes de manera permanente (Junta de Gobierno de la República de Chile, 1989; 2017).

Actualmente, la televisión en Chile también está regulada por la Ley 20.750 de 2014 que introduce la TV digital en el país. La ley define como correcto funcionamiento lo siguiente:

El permanente respeto (...) de la democracia, la paz, el pluralismo, el desarrollo regional, el medio ambiente, la familia, la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud, los pueblos originarios, la dignidad humana y su expresión en la igualdad de derechos y trato entre hombres y mujeres, así como el de todos los derechos fundamentales reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales ratificados por Chile y que se encuentren vigentes.

La misma ley establece que se entenderá por pluralismo “el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género”.

La declaratoria pública del Observatorio de Medios Fucatel²⁰ establece (2021):

Es falso que en Chile exista una oferta de medios con una diversidad de miradas. Importantes organizaciones y tribunales internacionales han manifestado que Chile - excluyendo los regímenes dictatoriales-, es uno de los raros casos de países donde la casi totalidad de los medios de alcance mayor o masivos pertenecen a un sector de opinión ligado a la derecha política y a la oligarquía económica.

La TV en Chile se ha desarrollado como una industria de televisión abierta de carácter generalista y de orientación comercial. Existen 7 redes VHF de libre recepción de cobertura nacional, junto a casi 100 señales (VHF y UHF) de cobertura local y/o regional. Hay cuatro grandes empresas de televisión de pago, además de algunos operadores locales. Desde 2011 se han agregado a la oferta existente, los servicios de *streaming* por Internet, como Netflix, Amazon Video y HBO Go (Consejo Nacional de Televisión, 2018, pág. 3).

²⁰ Es un centro de estudios independiente cuyo principal objetivo es la reflexión sobre las transformaciones sociales y el impacto público de los medios de comunicación en las modernas sociedades democráticas. Visitar: <https://www.observatorioducatel.cl/>

El mercado televisivo en Chile está en manos de extranjeros, así lo detalla el semanario digital El Siglo (2020):

La Red y Telecanal son controladas por el grupo estadounidense Albavisión, UCVTV es en un 90% propiedad de la también norteamericana The Walt Disney Company y en un 10% de la Universidad Católica de Valparaíso, Chilevisión es controlada por Warner Media, Canal 13 que su totalidad es propiedad del Grupo Quiñenco, es decir, de la Familia Luksic, 72,5% del canal Mega es propiedad del Grupo Bethia, es decir, de la Familia Solari. Y en un 27,5% de Discovery Inc. (Estados Unidos).

La última noticia registrada es que ViacomCBS Networks International²¹ compró Chilevisión al Grupo Warner Media, después de más de ocho meses de negociación, por términos financieros no revelados. Este negocio fue aprobado por la Fiscalía Nacional Económica de Chile, ente encargado de normar la concentración y competencia en el país (Infobae, 2021).

Sobre la organización mediática, se identifica a la Federación de Medios de Comunicación Social de Chile (FMCS) que agrupa a las tres mayores asociaciones gremiales de los medios de comunicación chilena; la Asociación Nacional de la Prensa (ANP), la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI) y la Asociación Nacional de Televisión (ANATEL) que promueve la autorregulación de los canales. También existe la Asociación Regional de Canales de Televisión de Señal Abierta de Chile (ARCATEL), compuesta por 19 Canales de Televisión Regional de las ciudades de Antofagasta y Punta Arenas.

²¹ También dueña de Televisión Federal (Telefe) adquirida en el 2016, el principal canal de TV abierta en Argentina. Asimismo, VIACOM tiene oficinas en Sao Paulo, Bogotá y Ciudad de México.

Sobre la libertad de expresión existe un debate interesante, puesto que Chile ha obtenido excelentes calificaciones en distintos rankings internacionales: Freedom house (2021), Índice de Chapultepec, que destaca que “no se registran cierre de medios, ni persecuciones de periodistas, ni control de contenidos. El Estado no limita el acceso de los ciudadanos a la información pública ni los derechos vinculados a la libertad de expresión y prensa” (García y Sáez Baeza, 2021). Reporteros sin fronteras (2021) en su Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa sitúa a Chile en el puesto 54 de 180 países, en el 2019 se situaba en el puesto 46 lo que alerta que está yendo en retroceso.

Producto del estallido social se han reportado violaciones a los derechos de los comunicadores; ciudadanos, políticos, militares y policías han agredido a periodistas y camarógrafos. Las agresiones van desde espionaje a periodistas, asesinatos, ataques físicos, censura, casos de discursos de odio y acoso en internet, etc. (Vega y Tapia, 2021; Sepúlveda, 2021).

Producto de esta convulsión social se manifiesta un descontento en un sector de la población “la tele mente se convirtió en una de las consignas más repetidas durante las protestas del estallido social en el país del 2019-2020” (France 24, 2020). Un estudio realizado por la encuestadora Critería Research (CADEM, 2020), muestra datos en que los chilenos se informaban por Facebook y por plataformas de periodistas independientes durante la crisis; la televisión abierta registró una caída de 24 puntos en la confianza de la población.

El comunicador Contreras (2019) recopiló frases e imágenes que los ciudadanos escribieron y difundieron por la ciudad, en el contexto del estallido social en Chile del 2019-2020:

¡No confíes en los medios!, Apaga la T.V, enciende tu mente, Apaga la t.v. enciende tu conciencia, Apaga la tele!!!! Y sale a marchar!!!, Chile sin tele Chile sin t.v Vivir la realidad respirar con el ojo todos nosotros somos la nueva prensa sea un periodista sensato!!, Democratizar la prensa para que el pueblo abra bien los ojos No + montajes No + monopolios en la propiedad de los medios de comunicación, El gobierno domina los medios, pero las calles son nuestras, El periodismo tiene que incomodar al poder, La prensa apunta, la policia dispara, etc.

4.2.5 Análisis judicial: Ley 18.1838 y 20750

Con la llegada de la televisión digital se promulga la Ley 20750. También existe la Ley de Servicios de Radiodifusión Comunitaria No. 20.433 (2010), que es específica para la radio. De igual forma, se identifican otras leyes relacionadas al sector televisivo:

1. La Ley General de Telecomunicaciones 18.168 (1982) que regula el espectro radioeléctrico.
2. Ley que crea la Empresa Televisión Nacional de Chile 19.132 (1992) que norma el canal Estatal.
3. Ley 21085 (2018) modifica la Ley 19.132 (1992), de Televisión Nacional de Chile.
4. Ley 19733 (2001) sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo.

La participación ciudadana es promovida cada vez más, en el 2014 se llevó a cabo un proceso ciudadano de consulta pública, donde los chilenos podían ingresar a la página de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) para manifestar sus observaciones sobre el

Plan de Radiodifusión Televisiva Digital. Este plan permitiría la implementación de TVD abierta y gratuita (Diario UChile, 2014).

Por otro lado, el CNTV (Consejo Nacional de Televisión, 2021) posee un programa donde los ciudadanos pueden denunciar cualquier programa de televisión que ya se haya emitido y que consideren que vulnera los siguientes aspectos:

1. Dignidad de las Personas
2. Protección de la Familia
3. Pluralismo
4. Democracia
5. Paz
6. Protección al Medio Ambiente
7. Formación de la niñez y la juventud

Las denuncias son publicadas en su página y se da seguimiento a ellas, asimismo, se puede observar un historial de sanciones de los medios de comunicación que más infringe la normativa.

Dentro de los cuestionamientos al sistema televisivo se identifica que la Universidad de Chile tiene 27 frecuencias en concesión y lo arrienda a terceros, no así para los concesionarios locales quienes tienen restringido que su canal sea político partidista y no es permitido la transferencia, venta o cualquier forma de cesión directa o indirecta. (Art. 15 tercero de la Ley 18838). La figura del subalquiler no está permitida en la mayoría de sus países vecinos.

Sobre la televisión pública, el Estado mantiene la propiedad de la Televisión Nacional de Chile con cobertura nacional que se sufraga exclusivamente con publicidad, no posee ningún apoyo o garantía para su autonomía o financiamiento ya que no ostenta una asignación

presupuestaria estatal, obligándole a competir como un canal comercial más del mercado que busca la venta publicitaria para autofinanciarse.

En Chile el tema referente a la concentración y concesión de licencias se rige bajo una normativa mínima. De igual forma, no cuentan con una reglamentación o artículos que controlen específicamente la emisión de contenidos y horarios, promoviéndose en el país la autorregulación mediática lo que evidencia en Chile una preferencia por el modelo político neoliberal.

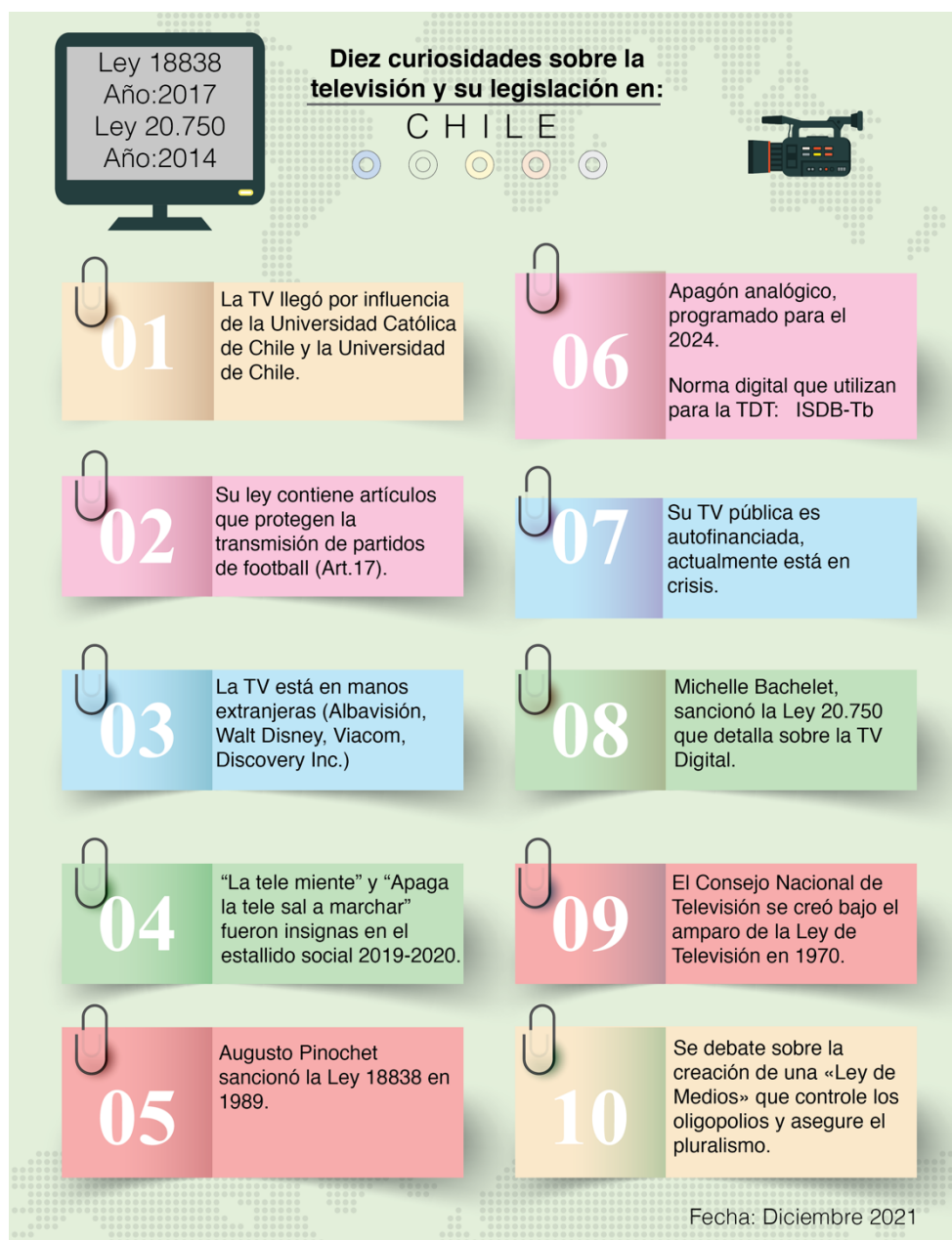
Este panorama de ordenación mediática podría cambiar ya que en el país se ha iniciado una discusión sobre el marco normativo para una posible *regulación de los medios de comunicación en Chile*. Lo que ha despertado el interés y posiciones de sectores, los principales medios privados del país y asociaciones afines como Asociación Nacional de Televisión (ANATEL, 2021) han rechazado esta idea y hacen referencia al derecho de la libertad de expresión:

Es inherente a la libertad de expresión la existencia de medios con diversas orientaciones programáticas, lo que asegura el pluralismo. Esto permite que los ciudadanos tengan múltiples alternativas para informarse y formarse una opinión. Los medios de comunicación que requieren para su funcionamiento el uso de bienes públicos, como son la radio y la televisión, suponen que el Estado facilite su creación y operación con total transparencia y sin discriminaciones arbitrarias o ideológicas... buscan formas para coartar la libertad de expresión, intervenir la línea editorial y de programación de los medios y afectar el pluralismo.

Por otro lado, organizaciones como el Observatorio Fucatel, la Comisión Chilena de Derechos Humanos y el Colegio de Periodistas se han pronunciado favorablemente a la

posible creación de una ley que democratice los espacios televisivos y que el Estado asuma su rol en el resguardo de las dimensiones colectivas de garantías para sus ciudadanos (Diario UChile , 2021).

Figura 10. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Chile



Nota. La infografía es de elaboración propia utilizando vectores de freepik con licencia.

4.3 Caso: Colombia

4.3.1 Generalidades

La República de Colombia tiene una extensión territorial de 1,141,748 km², está situada en el Noroeste de América del Sur, posee costas sobre el mar Caribe al norte y sobre el océano Pacífico al este y todo su territorio se halla comprendido dentro de la zona intertropical. Tiene límites terrestres al oriente con Venezuela y Brasil, al occidente con Panamá y al sur con Perú y Ecuador. Según datos del Statista Research Department (2021), la superficie forestal en Colombia es de 59,1 millones de hectáreas, lo que representa una caída de alrededor del 2,7% en comparación con la superficie de bosques reportada en 2010. Colombia es el cuarto país con la mayor superficie forestal en América Latina y el Caribe.

En Colombia el idioma mayoritario es el español, pero existe una diversidad lingüística que está protegida según Ley 1381 (2010). El ministerio de Cultura de Colombia (2021) establece que en:

Colombia existen aproximadamente 68 lenguas nativas habladas por cerca de 850.000 personas. Entre ellas, se encuentran 65 lenguas indígenas, o indoamericanas, dos lenguas criollas habladas por afrodescendientes: el creole de base léxica inglesa hablado en San Andrés, Providencia y Santa Catalina y el Ri Palengue de base léxica española, hablada en San Basilio de Palenque, Cartagena y Barranquilla, donde residen palenqueros. De igual manera, en Colombia, también se encuentra, la lengua Rromaní hablada por el pueblo Rrom o Gitano presente en diferentes departamentos del país. Muchas de estas lenguas están en riesgo y las próximas generaciones no las conocerán.

Administrativamente Colombia se divide en 32 departamentos, los cuales se subdividen en municipios, cada departamento tiene autonomía política, legislativa y

judicial. Su población actual según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2021) es de 48,258,494 personas viviendo en Colombia, los hombres representan un 49.2% y las mujeres el 50.8%. El crecimiento del PIB según el Banco Mundial (2020) fue de -6.8%.

La religión predominante es la católica con un 92% de su población. De acuerdo con cifras del Ministerio de Educación (2018) la tasa de alfabetización de los colombianos es del 95.5% y a nivel mundial ocupa el puesto 68 de países alfabetizados. El índice de desarrollo humano IHD de Colombia en 2020 fue de 0.0767 puntos, ocupa el puesto 83 entre 189 países. La esperanza de vida de su población es de 77 años (El Tiempo, 2020).

4.3.2 Aspectos políticos

Colombia es una república presidencialista, organizada en tres poderes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial. Su parlamento es bicameral, dividiéndose en el Senado con 102 escaños y la Cámara de representantes con 166 escaños. El presidente es elegido cada 4 años con opción a reelegirse por una sola vez, mediante el voto popular. Según la Constitución Política de Colombia (1991), este es un Estado social de derecho, organizado en forma de república unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática participativa y pluralista.

Colombia tiene una historia dramática: golpes de Estado, revoluciones, guerrillas terroristas, sicariato, secuestros, mafia del tráfico de drogas, pobreza, impunidad y corrupción. Todos estos acontecimientos han colocado a Colombia en los listados de los países más peligrosos y menos recomendados para viajar (ABC Internacional, 2021). También, Oquendo (2019) informa que según el reporte *Arriesgando la vida por la paz*, de Oxfam, Colombia es el segundo país más peligroso del mundo para las defensoras del

medioambiente donde “desde 2016, cuando se firmó el acuerdo final entre las FARC y el Gobierno colombiano, hasta el 2019, 55 defensoras de la tierra y el medio ambiente han sido asesinadas”.

Desde 1990 hasta la fecha se ha avanzado en temas de seguridad, pero aún queda un largo camino por recorrer, especialmente sobre el control de los cárteles y guerrilla terrorista de las FARC. La situación de violencia que vivió el país casi de guerra civil durante las décadas de 1970 y 1980 han retrasado hasta estos días el crecimiento integral de la nación.

Durante el 2021, al igual que en Chile, se desató un *estallido social*. Durante dos meses se llevaron a cabo protestas y manifestaciones en contra del Gobierno de Iván Duque Márquez, la solicitud del pueblo colombiano era que se retirara el proyecto de reforma tributaria que buscaba recaudar alrededor de 23,4 billones de pesos colombianos que sería un 2% del PBI nacional, gravando entre otras cosas, el arroz, pollo, cerdo, huevo, leche y pescado, que subirían de precio con esta reforma. Finalmente, este proyecto fue retirado del Congreso y se planteó que se presentaría un nuevo proyecto (Valora Analitik, 2021).

4.3.3 Aspectos económicos actuales

Según informes del Banco Mundial (2021), se prevé que habrá un estimado de 18.9 millones de personas en pobreza para el 2022 en Colombia, el modelo ultraliberal que impera en el país (tienen la cuarta economía más grande de América Latina), ha dejado a miles de ciudadanos sin protección y fuera del mercado, creando condiciones para que el desempleo y la economía informal aumente y así la violencia social.

Para el 2021, la renta Per Cápita de Colombia es de 5.848 euros, su agricultura llega al 11,5% del PIB nacional y acoge el 22,7% de la población activa; la industria un 30% y el 19% de la población activa; y el 52,5% restante corresponde a servicios y el 58,5% de la

población activa. La inflación en el 2020 cerró en 1,6%, su mínimo desde la década de 1950. Se espera que su economía crezca en un 4,8% para el 2022.

En Colombia hay hidroelectricidad, producción de petróleo, se extrae oro, esmeraldas, y carbón, lo que asegura al país tener energía eléctrica en abundancia. Existe una fuerte industria de petroquímicos, metalurgia y agroalimentación, pero paralelamente, hay una gran producción ilegal de cocaína que desincentiva la inversión de otros sectores (TeleSur Tv, 2021). Colombia es Estado asociado del Mercosur, forma parte de la Comunidad Andina de Naciones y del Área de Libre Comercio de las Américas (Cancillería de Colombia, 2021).

4.3.4 Mercado audiovisual

Ramírez Bonilla (2021) narra que a cargo de la Dirección de Información y Propaganda del Estado (Decreto 3363 de 1954) y para conmemorar el primer año del golpe militar efectuado por el general Gustavo Rojas Pinilla, el 13 de junio de 1954 bajo esa dictadura militar llegó la TV a Colombia. El Canal 8, en Bogotá, y el Canal 10, en Manizales realizaron la primera transmisión. Estos dos canales se definieron como públicos, pero a partir de 1956 se optó por un modelo mixto debido a problemas financieros y tecnológicos, arrendado espacios televisivos a productores privados.

Es imperante destacar que la TV llegó a Colombia con el objetivo de unir y como un instrumento de alfabetización para aquellos que no podían ingresar a la educación en modalidad presencial, diseñándose así, un modelo de televisión educativa y cultural, que se mantuvo hasta inicios de la década de 1990. La televisión pública fue protagonista en este país, a diferencia de la mayoría de países Latinoamericanos donde primero ingresó la TV comercial (Señal Memoria, 2019).

Posteriormente, surgen otros canales públicos de cobertura regional: Teleantioquia en 1985, Telecaribe en 1986, Telepacífico en 1988, Telecafé en 1992, Teveandina en 1988, hoy Canal 13. Es en la década de los 90 que las telenovelas de producción nacional despuntaron, entre ellas se menciona a: Los pecados de Inés de Hinojosa, Yo soy Betty la fea y Los Victorinos. En el 2001 se destacan: Pedro el escamoso y diversas narconovelas (Radio Nacional de Colombia, 2021).

Vizcaíno (2004) verifica que en 1963 se conforma el Instituto Nacional de Radio y Televisión (INRAVISIÓN), adscrito al Ministerio de Comunicaciones vía Decreto 3267, y que en el 2004 se crea Radio Televisión Nacional de Colombia (RTVC), institución encargada de administrar los medios públicos radiales y televisivos vigente hasta la fecha. El RTVC Sistema de Medios Públicos tiene como principal función la de programar, producir y emitir las Emisoras Públicas Nacionales: Radio Nacional de Colombia y Radiónica; y los canales públicos de Televisión Nacional: Señal Colombia y Canal Institucional, con una cobertura del 92% en el territorio de Colombia (RTVC, 2021).

Al igual que en los países vecinos suramericanos la televisión se desarrolló con poca normativa específica para el sector. En la Constitución de 1991, en su Art. 75, se enfatiza sobre el uso del espectro electromagnético y dice que “se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.” También se establece en los Art. 20,76 y 77, la creación de un ente autónomo y que el Estado es el responsable de su control y gestión.

Es así, que en 1991 se promulgó la Ley 14 Estatuto Sobre Televisión, derogado por el artículo 64 de la Ley 182 de 1995. En la Ley 182, se reglamenta el servicio de televisión y se

formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la Comisión Nacional de Televisión la cual reglamenta el servicio de televisión y se formulan las normas para contratación de los servicios y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones (Gobierno Nacional, 1995).

Posteriormente se crea mediante la Ley 1507 de (2012), la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), y que tenía como propósito de velar por el acceso a la televisión, garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, la competencia y la eficiencia en la prestación del servicio, así como, evitar las prácticas monopolísticas en su operación y explotación.

Actualmente, con la Ley 1978 de julio de 2019, se estableció que es la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), la unidad administrativa especial, con independencia administrativa, técnica y patrimonial, sin personería jurídica adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones quien supervisa y regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones.

Por su parte, con la Ley 1341 de (2009) donde queda establecido el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC, 2021), “entidad que se encarga de diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y que tiene como función el de incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional”.

Algo más que añadir, es que por último bajo la Ley 134 se constituye la Agencia Nacional del Espectro (ANE), que tiene como función principal la de asesorar al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el diseño y formulación de políticas, planes y programas relacionados con el espectro radioeléctrico. Con el Decreto

4169 de 2011, se amplían sus funciones y una de ellas es la de “planear y atribuir el espectro radioeléctrico con sujeción a las políticas y lineamientos que determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, para lo cual establecerá y mantendrá actualizado el Cuadro Nacional de Atribución de Bandas de Frecuencias (CNABF), con base en las necesidades del país, en el interés público” (ANE, 2021).

Según informes del Media Ownership Monitor (MOM, 2014), en Colombia existen 800 operadores de televisión entre: nacional, regional, local, comunitaria y por suscripción. Pero el 80% de la audiencia nacional se concentra en RCN y CARACOL que operan en el mercado desde 1998; y son dos de los tres canales privados del país²², existiendo así una alta concentración de audiencias transversal entre la TV y radio. En Colombia operan 3 canales privados y 2 públicos de clasificación nacional, a nivel regional existen ocho canales públicos y a nivel local 43 operadores. Son 735 los operadores de televisión comunitaria y 63 los operadores por suscripción.

La TV es muy importante para los colombianos, ya que en promedio la consumen cuatro horas al día y tiene una penetración del 91% en los hogares. De los problemas que se identifican en este informe del MOM, destacan que el sistema mediático tiene demasiadas instituciones regulatorias pero poca efectividad y control. Sobre la transparencia en la propiedad, tiene una puntuación baja debido al poco acceso a la información y a causa de la larga cadena de propiedad de las empresas mediáticas, donde empresas son dueñas de otras empresas. Asimismo, existe una intrínseca relación entre los medios de comunicación y la política, es común identificar a políticos que forma parte de las juntas directivas o son accionistas de los canales de TV.

²² El tercer canal es CityTV de cobertura local (Bogotá), que ingresó en el 2001.

Con relación a la regulación en producción y difusión de contenidos, destacan tres artículos: sobre la libertad periodística (Art. 73), el de las libertades económicas de todos los colombianos (Art.333) y el de la libertad de expresión (Art. 20). Sobre este último, el ranking de la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa (RSF, 2021) sitúa a Colombia en el puesto 134 de 180 países evaluados, considerándose como uno de los países más peligrosos del continente para ejercer el periodismo. La censura a los comunicadores por parte de los dueños de medios es también otro tema altamente cuestionado en Colombia (Fundación GABO, 2020). Investigaciones de la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP) indican que se registran:

Ciento sesenta y un casos de asesinatos de periodistas entre los años 1977 y 2020... De los periodistas colombianos asesinados: 61 trabajaban en medios de prensa, 64 en radio y 16 en televisión. Los 161 periodistas asesinados fueron víctimas del paramilitarismo, las bandas criminales, narcotraficantes, cadenas de corrupción, miembros de la Fuerza Pública y guerrillas como las Farc, Epl y Eln. (Sánchez Jaramillo, 2021)

En septiembre de 2021, en medio de una pandemia, las portadas de la prensa nacional se llenaron de luto nuevamente al informar sobre el asesinato a manos de sicarios del periodista colombiano Marcos Efraín Montalvo Escobar, de 68 años, tenía más de 40 años de carrera en medios de comunicación y actualmente se dedicaba al periodismo independiente. Las notas de prensa tras su muerte resaltan que “conocía bien la política local y denunciaba con regularidad y vehemencia la corrupción de la clase dominante, así como la violencia en la región” (DW, 2021).

Por otra parte, en los últimos años ha existido un despunte en la producción de contenidos audiovisuales como: novelas, series y películas. Empresas como Netflix y Fox consideran a Colombia como una locación interesante para grabar, así como por la calidad del trabajo de

los profesionales del rubro nacional. Al respecto conviene resaltar que existen incentivos legales como la ley 1556 y la ley 814 que promueven activamente este sector. La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC, 2021) indica en su informe que:

A nivel macroeconómico, de acuerdo con la Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja⁵ la industria audiovisual se enmarca en el área de las industrias culturales. A corte de 2019, esta última alcanzó un valor agregado de más de cinco billones de pesos, siendo la industria audiovisual la que generó el 54,5%. En términos constantes, esta alcanzó en 2017 su punto máximo. (pág. 4)

Respecto a las tecnologías de transmisión, Colombia inició desde el 2013, su proceso de transición de TV análoga a TV digital, implementando una buena campaña de comunicación para informar a la población sobre estos cambios, bajo la estrategia “Televisión Digital para todos, Colombia” (TDT Colombia, 2018). A mediados del 2021 se llevó a cabo una consulta pública sobre el Plan General de Cese de Emisiones Analógicas (PGCEA) y se determinó realizar oficialmente el 31 de diciembre de 2022 el apagón analógico (OBSERVACOM, 2020).

4.3.5 Análisis judicial: Ley 1978 de julio de 2019 y otras normativas del sector.

En Colombia no existe una sola unidad estatal que regule la televisión, además, se analiza que, a través de los años, han reformado el nombre de dichas instituciones regulatorias, pero sus funciones a grosso modo continúan siendo las mismas. Además, tampoco existe una única ley que regule el sector y en especial la emisión de contenidos audiovisuales. Se identifican las siguientes entidades que a fecha 2021, regulan el sector audiovisual:

1. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones MinTic (Ley 1341 de 2009, modificado por la Ley 1978 de 2019): Apoya al Estado en la

formulación de los lineamientos generales para la difusión de la información, asigna el espectro radioeléctrico; inspecciona, vigila y controla el sector de las TIC y vigila el pleno ejercicio de los derechos de información y de la comunicación en el país y supervisa que medios de comunicación cumplan con su función de socialmente responsables.

2. Ministerio de Cultura (Ley 347 de 1997): Apoya al sector por medio de estímulos y programas que promueven la creación de contenidos artísticos.
3. Superintendencia de industria y comercio (Leyes 1340 de 2009, 1581 de 2012, 1341 de 2009, y Ley 1978 de 2019): Protege al consumidor y promueve la sana competencia en el país.
4. Dirección Nacional de Derecho de Autor (Ley 23 de 1982): Promueve por las políticas nacionales referentes a la protección de los derechos de autor.
5. Agencia Nacional del Espectro (Ley 1341 de 2009, modificado por la Ley 1978 de 2019): Apoya a la MinTic para la gestión y planificación del uso del espectro radioeléctrico.
6. Comisión de Regulación de Comunicaciones (Ley 1341 de 2009, modificado por la Ley 1978 de 2019): Vigila, supervisa y sanciona a la industria televisiva colombiana.

Un segundo aspecto, son las normativas que regulan el sector. La última Ley 1978 de julio de 2019 es la que regula el sector TIC y la que eliminó a la Autoridad Nacional de Televisión-ANTV1. La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) es la que ahora tiene las funciones de promover la competencia en el servicio de televisión, regular, inspeccionar, vigilar y controlar los contenidos. Una buena práctica que se identifica es que la CRC elabora anualmente una Agenda Regulatoria, se ha divulgado la del periodo 2022-

2023, donde se propone trabajar en los siguientes cinco ejes prioritarios (Comisión de Regulación de Comunicación, 2021):

1. Bienestar y derechos de los usuarios y audiencias: Realizando estudios del impacto de sistemas de acceso para personas con discapacidad auditiva, actualizar las medidas de protección a la niñez y adolescencia, representar más los contenidos audiovisuales en la televisión abierta en Colombia, medir la calidad de los servicios de comunicaciones, revisar las condiciones de calidad en la prestación de los servicios de telecomunicaciones y medir los riesgos del pluralismo informativo.
2. Mercados y competencia: Promover la conectividad en zonas de difícil acceso, promover el despliegue de infraestructura, presentar una propuesta regulatoria para los mercados relevantes de contenidos audiovisuales, entre otros.
3. Innovación y mejora regulatoria: Revisar el régimen de reportes de información para contenidos audiovisuales, actualizar y mejorar la normativa en materia de contenidos, realizar un estudio para plataformas OTT 2022 y evaluar ex post el marco regulatorio de la CRC.
4. Gestión de grupos de valor: Pedagogía del ecosistema audiovisual y la participación ciudadana y publicar un reporte de industria de los sectores TIC y Postal 2021.
5. Fortalecimiento institucional: Implementar tecnologías emergentes en la operación de la entidad.

También se agregan a la regulación de emisión de contenidos, una serie de leyes y artículos, entre ellos: Código de la Infancia y la Adolescencia, Ley 1098 de (2006) que

establece el adecuado uso de imagen y cuidado de niñas, niños y adolescentes, indica las franjas horarias e insta a los medios masivos de comunicación a que cedan espacios de su programación para transmitir mensajes educativos, cívicos y formativos. La Ley 335 (1996) en su Art. 27, establece que “la franja comprendida entre las 7 a.m. y las 9:30 p.m. deberá ser para programas aptos para todos los públicos” cuidando así la integridad de la infancia y adolescencia. Asimismo, hay una protección especial para las personas sordas o hipoacústicas establecidas en la resolución ANTV 350 de 2016.

Según el Acuerdo CNTV 02 de 2011, las franjas de audiencia se clasifican en infantil, adolescente, familiar y adulta. También, se prohíbe la difusión de contenidos pornográficos, bélicos y limita los violentos y sexuales. El acuerdo 01 de 2006 restringe la publicidad de tabaco y bebidas espirituosas, y la Ley 5 en el Art. 88 establece el acceso gratuito de espacio televisivos a las cámaras legislativas.

La televisión comunitaria tiene restricciones específicas, entre ellas no está permitido la difusión de contenido que busque el proselitismo religioso y político, su servicio debe de ser prestado por comunidades organizadas con el fin de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales y debe emitir producciones independientes, esto establecido mediante la resolución 650 (2018) que reglamenta el Servicio de Televisión Comunitaria.

Se debe de resaltar que Colombia implementa una política pública que fomenta el crecimiento de las industrias culturales, sin descuidar el desarrollo de la televisión pública, así como incrementar el acceso a contenidos audiovisuales distribuidos por el Internet. Su regulación audiovisual está más enfocada en el área de exhibición, es decir, medios de transporte como el uso del espectro radioeléctrico y dispositivos. La regulación de

contenidos, si bien es cierto, está controlada por una serie de artículos, no son estrictos para aplicar sanciones o multas.

Es necesario resaltar una importante actividad para la industria cultural, los famosos Premios India Catalina de la Industria Audiovisual Colombiana, con una trayectoria de más de 36 años, es celebrado anualmente en el marco del Festival Internacional de Cine de Cartagena. Este premio es un incentivo para valorar las producciones de calidad de la televisión nacional colombiana (AS, 2021).

Por otra parte, Arango (2021) reporta que Netflix informó que “entre 2021 y 2022 rodarán más de 30 nuevas series, películas, documentales y especiales en el país” y es que al colocar “Colombia” en el buscador de la plataforma SVOD se identifican alrededor de 300 productos, de los cuales 50 poseen el sello del país. En el top 10 de las series más vistas de Netflix aparece Escobar el patrón del mal, en el puesto 9, lo que indica que la industria audiovisual Colombiana continua creciendo por su calidad e innovación.

Figura 11. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Colombia



Nota. La infografía es de elaboración propia utilizando vectores de freepik con licencia.

4.4 Caso: Ecuador

4.4.1 Generalidades

Ecuador está situado en América del Sur, al noroeste, latitud 0° 00'. Limita con Colombia, al norte; con Perú al sur y este; y con el Océano Pacífico al oeste, posee una superficie territorial de 256.370 Km² (Vincent, 2021). Cuenta con una Población aproximada de 17.23 millones de habitantes, la densidad poblacional es de 66 habitantes por Km²; de los cuales el 49% son hombres y el 51% mujeres, y el 39.82% comprende las edades entre 25 y 54 años, el crecimiento poblacional es de 1.5%, su tasa de analfabetismo es de 5.5% (Index Mundi, 2019). El índice de desarrollo humano (IDH) es de 0.752 (86/189 países), su producto nacional bruto (PNB) per cápita es de USD 5.917. Desde el 9 de septiembre de 2000, la moneda de curso legal en Ecuador es el dólar USA (Datos Macro. Alldatanow, S.L. , 2021).

Ecuador se divide en 24 provincias las cuales están a cargo de un Gobernador (designado por el presidente) y un Prefecto (elegido por votación popular). A su vez, estas se dividen en 221 cantones (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2013).

Según la Constitución de 2008, el idioma oficial es el castellano, junto con el quechua y el shuar, que son los idiomas oficiales de relación intercultural. Los demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas en las zonas donde habitan y en los términos que fija la ley. Existen alrededor de doce etnias distintivas en Ecuador que se encontraban allí antes de que llegara la colonización española (Hazte ver Ecuador, 2021).

Cajal (2020) narra que en la actualidad los Quechuas y los Montubios son la población más grande. Los pueblos originarios en Ecuador han encontrado una fuerte voz política y social en su país. Existe un gran orgullo étnico entre estas comunidades, incluso sus tradiciones antiguas permanecen a pesar de la modernización de la sociedad ecuatoriana. Con

respecto a su religión no hay una oficial, sin embargo, la religión mayoritaria es la católica, con presencia creciente de comunidades evangélicas protestantes.

4.4.2 Aspectos políticos

La República del Ecuador nació como Estado el 13 de mayo de 1830, tras concluir un período de inestabilidad política luego del proceso de independencia de España que culminó en la gran batalla de Pichincha el 24 de mayo de 1822. Su capital es Quito. Ecuador tiene una rama ejecutiva del gobierno, y es encabezada por el presidente, quien es elegido por un mandato de cuatro años, el presidente puede servir dos mandatos consecutivos. La oficina del presidente se localiza en el Palacio Nacional en Quito. Para ser presidente en Ecuador, hay que ser ecuatoriano por nacimiento, en pleno goce de los derechos de la ciudadanía, y por lo menos treinta y cinco años de edad cumplidos en el momento de la elección. En el gobierno en Ecuador, la elección a presidente requiere la mayoría absoluta de los votos emitidos por voto directo, universal y secreto (Ministerio de Cultura y Patrimonio , 2020).

Pachano (2010) recuerda que Ecuador es uno de los países menos estables de América del Sur, ha tenido 86 gobiernos y 17 constituciones en sus primeros 159 años de independencia. Sólo veinte de esos gobiernos resultaron de elecciones populares, y muchas de las elecciones fueron fraudulentas. Por ejemplo, la rama judicial del Gobierno en Ecuador es independiente, pero carece de la autoridad necesaria para servir como un control efectivo sobre el abuso de los poderes presidenciales. La tensión entre el poder civil y eclesiástico han dominado la historia constitucional del Ecuador durante gran parte de los siglos XIX y XX. El gobierno de Ecuador actualmente se rige bajo la nueva Constitución de 2008 que fue aprobada con un 64% de aceptación ya que esta promueve un sistema económico equilibrado

entre la sociedad, Estado, mercado y naturaleza con un enfoque humanista, asimismo fomenta la democracia participativa bajo una política social redistributiva.

Saint-Upéry (2008, citado en Moncayo Jiménez, 2013) narra que tanto Hugo Chávez en Venezuela, Néstor y Cristina Kirchner en Argentina; Tabaré Vázquez en Uruguay; Fernando Lugo en Paraguay; Ricardo Lagos y Michelle Bachelet en Chile; Evo Morales en Bolivia; Rafael Correa en Ecuador, y Ollanta Humala en Perú, accedieron al poder por la vía de elecciones populares y bajo los idearios de movimientos de izquierda que promueven políticas sociales más incluyentes, participación de pueblos originarios y mostraban un fuerte ímpetu para hacer frente a los modelos neoliberales dictados por los Estados Unidos de Norteamérica.

El Gobierno del Ecuador, junto a sus vecinos del sur han promulgado el llamado socialismo “del siglo XXI” para América Latina desde mediados del decenio pasado, en el marco del cual se critican las políticas neoliberales de Gobiernos anteriores. Ecuador es miembro de la Alianza para los pueblos de nuestra América (ALBA) que busca la integración latina y del cual Honduras formó parte en el Gobierno liberal de Manuel Zelaya Rosales, la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR), la Comunidad Andina de Naciones y la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC) (Eguren, 2017).

4.4.3 Aspectos económicos actuales

El Banco mundial (2021) en su apartado *Ecuador: Panorama general* describe que durante el boom del precio del petróleo entre el 2004 y el 2014, Ecuador experimentó un ciclo de crecimiento económico y de reducción de la pobreza. Sin embargo, la caída de los precios del petróleo en 2014 puso en evidencia algunas debilidades estructurales como la carencia de amortiguadores macroeconómicos y una limitada inversión privada.

Ante la ausencia de ahorros fiscales, Ecuador trató de adecuar su economía a un contexto internacional desafiante contando con el apoyo de las instituciones financieras internacionales, incluyendo el Grupo Banco Mundial. En este contexto, el país impulsó un programa de reformas dirigido a asegurar la sostenibilidad fiscal, fortalecer los fundamentos de la dolarización, impulsar la inversión privada y garantizar la protección social de la población más vulnerable.

Sin embargo, la caída del precio del petróleo y la crisis de la COVID-19 trajeron nuevos desafíos. Las medidas de distanciamiento social, incluida una larga cuarentena nacional, provocaron una importante contracción económica y el aumento de la pobreza, a pesar de los esfuerzos del Gobierno de priorizar el gasto público para atender la emergencia sanitaria y proteger a los grupos más vulnerables.

La falta de amortiguadores fiscales no solo limitó la capacidad de las autoridades para afrontar la crisis sanitaria y sus efectos sobre la economía, sino que también amplificó el desequilibrio fiscal. En este contexto, las autoridades se embarcaron en una exitosa renegociación del pago de la deuda con los tenedores de bonos internacionales y China para reducir las necesidades inmediatas de financiamiento. Así mismo, Ecuador ha logrado establecer un nuevo programa de mediano plazo con el Fondo Monetario Internacional, junto con el apoyo de otras instituciones financieras internacionales, para mitigar los efectos de la crisis, restaurar la estabilidad macroeconómica, garantizar la sostenibilidad de las finanzas públicas, y fortalecer las instituciones.

Más allá de la emergencia, Ecuador aún necesita completar reformas estructurales dirigidas a reducir las vulnerabilidades derivadas del desequilibrio fiscal, promover la inversión para lograr impulsar el crecimiento y el empleo de calidad, salvaguardar y potenciar

los mecanismos de protección social para proteger a la población más vulnerable, y mejorar el acceso a oportunidades para un desarrollo más inclusivo.

4.4.4 Mercado audiovisual

Ortiz León y Suing (2016) narran que la televisión ecuatoriana nació sin el amparo de una ley específica, fue hasta 1975²³ que el General Guillermo Rodríguez dicta la primera Ley de Radiodifusión y Televisión del Ecuador que posteriormente fue reformada en el año de 1995 y que brindaba a los medios de comunicación libertades para producir y emitir lo que a su criterio y ética era adecuado para la población. Posteriormente no fue hasta el 2009 que se iniciaron las discusiones y debates para la aprobación de una nueva ley de comunicación que entraría en vigencia en el 2013.

Sobre la organización del sector audiovisual se puede mencionar la Asociación de canales de televisión del Ecuador (ACTVE) fundada en 1978, organización que agrupa a los principales canales de TV del país (Twitter ACTVE_Ecuador, 2016) y la Red de Canales Comunitarios y Regionales del Ecuador Asociados – CCREA (Twitter CCREA, 2015). Esta última emitió una propuesta formal para reformar la LOC, en el marco del Encuentro de Medios Comunitarios, celebrado en CIESPAL (2018) donde indican:

1. La Ley Orgánica de Comunicación NO debe ser derogada, sino reformada.
2. Eliminar la Superintendencia de Comunicación –SUPERCOM (artículo. 55, 56, 57, 58 y 59). Sus competencias reguladoras deberán ser asumidas por el CORDICOM
3. Eliminar el artículo 26 de la LOC referido al linchamiento mediático.

²³ En el país operaban cuatro estaciones de televisión de señal abierta.

4. Revisar el artículo 71 de la LOC que tipifica a la comunicación como un servicio público. La comunicación es un derecho humano y universal. Esto implicará derogar la enmienda constitucional referida al tema.
5. Eliminar la exigencia de títulos profesionales y académicos para el ejercicio de la comunicación, porque atenta contra el derecho a la comunicación, libertad de expresión y la normativa internacional.
6. Crear una defensoría del público de carácter ciudadano y no sancionadora. Además de estas propuestas, exhortamos a que el CORDICOM dé respuesta a las solicitudes presentadas en el concurso de frecuencias.

También existe la AER (Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión, 2021) quien evidencia una activa participación junto a sus dos homólogos y han rechazado contundentemente la Ley Orgánica de Comunicación LOC 2013, realizando campañas para convencer a las audiencias que esta normativa tenía y tiene intenciones ocultas, estos utilizan discursos en sus medios de comunicación al tratar el tema como: “Ley mordaza, golpe a la libertad, estocada a la prensa en Ecuador, Ecuador aprueba ley para controlar los medios, Ley de prensa cercena libertades, entre otros” (Estrella Tutivén, 2018, pág. 83).

Según informes de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones ARCOTEL (2021), en el Ecuador operan 428 estaciones de televisión abierta analógica y TDT en provincias como: Azuay, Carchi, Chimborazo, Esmeraldas, Galápagos, Guayas, Cotopaxi, Loja, Manabí, Pichincha, etc. En el Ecuador, clasifican sus canales de televisión en: comercial privada (272 TV abierta analógica y 9 TDT); de servicio público (136 TV abierta analógica y 3 TDT) y de servicio público comunitario (8 abierta analógica y 0 TDT).

Ecuador tiene un canal público que fue instituido en el 2007 en el Gobierno de Rafael Correa y que recibió fuertes críticas al ser considerado como un instrumento de propaganda gubernamental “el Estado se ha convertido en el gran actor de la comunicación. De ser inexistente antes de este gobierno, a ser el gran protagonista”. Cabe mencionar que durante el periodo de Correa el Estado incautó medios de comunicación que debían de reprivatizarse, sin embargo, el proceso no fue el esperado, provocando una concentración de medios de comunicación en manos del Poder Ejecutivo, siendo el mismo Estado el que violentara su propia ley que establece que no se puede poseer más de una concesión en el sistema nacional (El universo, 2011).

Estrella Tutivén (2019) narra que al igual que el resto de países en Latinoamérica, el mercado de medios de Ecuador estaba dominado por un grupo reducido de empresarios (ocho), “Por ejemplo, la familia Isaías, dueña de bancos tanto en Ecuador como en el exterior, era quien poseía la mayor cantidad de medios, el 80%, entre ellos los más influyentes” (pág. 130). La nueva Constitución 2008 que posteriormente fue reformada por medio de consulta popular en el 2011 y la LOC 2013 limitaron esta actividad de concentración expresado así en el artículo 312 (Asamblea Nacional Constituyente , 2008):

Art. 312.- Las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas privadas de comunicación de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, no podrán ser titulares, directa ni indirectamente, de acciones y participaciones, en empresas ajenas a la actividad financiera o comunicacional, según el caso. Los respectivos organismos de control serán los encargados de regular esta disposición, de conformidad con el marco constitucional y normativo vigente. Se prohíbe la participación en el control del capital, la inversión o el patrimonio de los

medios de comunicación social, a entidades o grupos financieros, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. (pág. 97)

Sobre la libertad de expresión tema central en el abordaje de PP de comunicación se recopila que Ecuador se posiciona en el puesto 96 de 180 países en la clasificación mundial de la libertad de prensa. La ONG Reporteros Sin Fronteras (2021) detalla que los tres periodos consecutivos de Rafael Correa (2007-2017) estuvieron marcados por procesos judiciales por difamación a periodistas y medios de comunicación, acompañado de fuertes sanciones económicas para aquellos que se mostraban demasiado críticos con su Gobierno.

En esa misma línea, el informe mundial de Human Rights (2021) plantea que “Ecuador todavía enfrenta problemas crónicos en materia de derechos humanos, incluidas condiciones deficitarias en los centros de detención, leyes que otorgan a las autoridades amplios poderes para coartar la libertad de expresión y la independencia judicial...” (pág.203).

4.4.5 Análisis judicial: Ley Orgánica de Comunicación (LOC 2013)

En el año 2013 Ecuador aprobó la Ley Orgánica de Comunicación bajo el mandato del presidente Rafael Correa con 108 votos a favor y 29 en contra, el proceso de debate para aprobar esta normativa fue de 5 años. Debido a que casi 200 medios de comunicación fueron sancionados económicamente en los primeros dos años de vigencia de la ley, se llegó a recaudar más de 200.000 dólares (Notimérica, 2017), provocando así que organismo como la ONU y la Comisión Interamericana de Derechos Humanos CIDH se pronunciaran en contra de dichas sanciones (ONU Derechos Humanos, 2016):

Desde la entrada en vigor en 2013 de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, los Relatores han advertido sobre la falta de adecuación de varios aspectos de la ley a

estándares internacionales y han observado con preocupación que su aplicación ha sido un instrumento para intervenir de manera indebida en el contenido de los medios de comunicación y sancionarlos, sobre todo cuando las coberturas son desfavorables o cuestionan los actos y decisiones del gobierno.

Sin embargo, es imperante resaltar que la LOC (Asamblea Nacional, 2013) contiene artículos y disposiciones claves para el desarrollo y organización del sector, entre ellos el Art. 97 que establece que el 60% de los contenidos televisivos deben ser de producción local; el Art. 74 indica que los canales deben de destinar una hora diaria para programas oficiales de teleeducación, cultura, salubridad, derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencias en estas materias.

El Artículo 6 insta que son considerados medios nacionales cuando su cobertura llegue al 30% y estos no podrán pertenecer a empresas extranjeras que no residan legalmente en el país. Esta ley establece una distribución equitativa del espectro radioeléctrico entre los medios de comunicación privados (33%), públicos (33%) y comunitarios (34%). Por otra parte, exige que todo medio de comunicación debe tener códigos deontológicos (Art. 9) y registrarse por ellos, adicionalmente da la facultad que cualquier ciudadano pueda denunciar violaciones de incumplimiento de dicho reglamento y ser sancionado. Sobre la producción publicitaria (Art. 98) establece que queda prohibido realizar anuncios publicitarios en otros países, fomentando así la producción nacional.

Asertivamente esta ley promueve que se clasifique e identifique la programación (Art. 65) por contenidos en franjas horarias y audiencias: informativos, de opinión, educativos, de entretenimiento, deportivos, y publicitario; franja familiar, responsabilidad compartida y adultos. Asimismo, para asegurar la calidad de los contenidos el Art. 42 indica que “las

actividades periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas”, dando a los trabajadores un plazo de 6 años para titularse. Un estudio realizado en el 2014 por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (Cordicom) reveló que 5.619 trabajadores de la comunicación; de ellos, el 61% no tenían título de tercer nivel; el 29% eran bachilleres, y el 27% no tenían estudios en esa área (El Universo, 2016).

Astudillo Campos (2017, pág. 91) narra que de las cosas positivas de esta ley es que se pasó del unifuentismo a tratar las notas con varias fuentes por esta obligación que establece la ley de contrastar la información (Art. 22), debido a los aspectos restrictivos los comunicadores debían de recordar y actuar bajo lineamientos éticos, se dejó de publicar imágenes amarillistas y se protegió las fuentes y la niñez, todas las informaciones estaban clasificadas, se protegió los derechos de autor, el tema de concentración de medios y empresas fue puesto en la agenda y algunos empresarios tuvieron que vender frecuencias y dedicarse a sus otros negocios, entre otros aspectos.

Los mayores cuestionamientos registrados de esta ley durante el período 2013-2017 son el Art. 26 al que se refieren como “linchamiento mediático” y a la autocensura que promueve el Art. 9 donde los periodistas continuamente debían de asesorarse con abogados debido a las dudas legales y posibles multas y sanciones económicas a las que se exponían. Esta ley no contempla la regulación de los espacios digitales por lo que el periodismo de investigación se desarrolló en esta plataforma.

Asimismo, los medios de comunicación reportaron pérdidas económicas, recortes de personal, disminución de corresponsales, baja pauta publicitaria, entre otros. La

Superintendencia de Comunicación e Información (SUPERCOM) con una nómina de 324 empleados fue cuestionada por su alta burocracia. Sobre el tema de rectificaciones y réplicas Salcedo y Meza (2016) publicaron un estudio sobre los mensajes propagandísticos que estaban presente en las rectificaciones y réplicas diagramadas impuestas por Instituciones del Estado, estudiando el caso del Diario La Hora.

Según las cifras de la Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones, del 2003 al 2016, la penetración del servicio de televisión pagada subió del 5,80% al 30,52%. Y con un 45.5 % de hogares con acceso a internet a nivel nacional esto dio lugar a un aumento en el consumo de materiales audiovisuales en *streaming* que no están regulados (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2019).

Tras el cambio de Gobierno en el 2017, el presidente Lenin Moreno enfatizó la necesidad de reformar la LOC, enviando así en el 2018 un proyecto a la Asamblea Nacional que fue aprobado en el 2019, eliminando la Superintendencia de Información y comunicación (SUPERCOM) organismo regulador y sancionador, después de 6 años de funcionamiento (El Telégrafo, 2019).

Actualmente bajo el Gobierno de Guillermo Lasso, en mayo de 2021 se derogó el reglamento de la Ley Orgánica de Comunicación 2013 y se ha solicitado la eliminación de la CORDICOM lo que dará paso a que los medios de comunicación se autorregulen; este Consejo de Regulación de la Comunicación es el encargado de monitorear los medios y divulgar informes sobre sus contenidos, no posee atributos para sancionar (OBSERVACOM, 2021).

Lasso propone un nuevo proyecto de Ley de Libertad de Expresión y Comunicación que fue enviada a la Asamblea Nacional y que según el mandatario fue redactada acorde a

los principios internacionales que garantizan la plena libertad de expresión en el Ecuador (Roa Chejín, 2021). El periódico El Universo (2021) tituló esta noticia como: "... otra dura derrota para el Correísmo" ya que durante el Gobierno de Lenin Moreno la LOC 2013, estaba suspendida parcialmente, pero al posicionarse el nuevo Presidente esta ley fue anulada oficialmente vía decreto, el mandatario indicó "que espera que la Asamblea Nacional dé un urgente trámite para que se vuelva a vivir en plena libertad en el Ecuador, donde no quepa la menor duda de que su Gobierno es democrático, que promueve un Ecuador libre, y que cualquier ecuatoriano tendrá el derecho de expresar su opinión, de criticar a los poderes constituidos, y que aquí no le va a pasar absolutamente nada".

Por otra parte, no se puede soslayar que al suprimirse dicha ley ha existido una disminución en los controles del mercado mediático, provocando un retroceso en áreas específicas, evidencia de esto, la noticia: "La Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL) fue incapaz de descifrar los esquemas que utilizaron dos grupos mediáticos en Ecuador para concentrar frecuencias y consolidar así, imperios de la comunicación en el país". La nota indica que ARCOTEL permitió nuevamente la concentración de frecuencias consolidado las supremacías comunicacionales. La concentración es un tema central en la regulación de medios y bajo la LOC se había controlado (FUNDAMEDIOS, 2021).

Hasta el 25 de agosto de 2021 el estado de la política de comunicación audiovisual de Ecuador es incierta, La nueva ley posiblemente se llamará *Ley Orgánica para la Garantía, Promoción y Protección de la Libertad de Prensa y de la Comunicación*. Son cinco los proyectos que se han recibido para la creación de la nueva ley de comunicación (del sector comunitario, medios privados AER, el proyecto del presidente Lasso *Ley Orgánica de Libre Expresión y Comunicación* y el de la asambleísta Marcela Priscila Holguín Naranjo *Proyecto*

de ley orgánica reformatoria a la ley orgánica de comunicación). Se está a la espera del informe oficial para iniciar el primer debate de aprobación de ley en la Asamblea Nacional. Los temas prioritarios son: La regulación o autorregulación; el Consejo de Comunicación; las garantías a periodistas; la réplica y rectificación; y el espectro radioeléctrico (La Hora, 2021).

Figura 12. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Ecuador



Nota. La infografía es de elaboración propia utilizando vectores de freepik con licencia.

4.5 Caso: Uruguay

4.5.1 Generalidades

Su nombre oficial es República Oriental del Uruguay, tiene una extensión territorial de 176.215 kilómetros cuadrados. Dividiéndose en 19 Departamentos, tiene fronteras con Argentina y Brasil y del territorio se destacan 6 principales cuencas hidrográficas: Río Uruguay, Río de la Plata, Río Negro, Río Santa Lucía, Océano Atlántico y Laguna Merín; estas son fuentes de agua potable para la nación y a su vez generadoras de energía (Enciclopedia geográfica del Uruguay, 2021).

De acuerdo con los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística, la población alcanza los 3,473,727 habitantes. La mayor concentración se da en Montevideo, su capital. Casi el 95% constituye población urbana, su tasa de natalidad es baja, así como su tasa de mortalidad. Según la OMS al 2016 su esperanza de vida es de 77 años, su idioma oficial es el español y en cuanto a su religión, predomina la Católica Apostólica Romana, su moneda es peso uruguayo (Pais, 2017).

Uruguay es demográficamente pequeño, esto se atribuye a que su población está compuesta por inmigrantes europeos (principalmente españoles e italianos) cuyas ideas y cultura han prevalecido. Uruguay no posee población indígena, a diferencia de otros países vecinos, por ejemplo, Bolivia. En este país los pueblos originarios desaparecieron de su territorio a finales del siglo XIX y en la actualidad solo hay un pequeño grupo de afrouruguayos. Arocena (2019) cita que “Uruguay, un país sin negros y sin indios, formado por inmigrantes europeos, fue la letanía que se repitió durante el siglo XX para describir a la nación”.

La suiza de América Latina, como le llaman algunos, tiene una de las tasas de alfabetización más altas del mundo con un 98,7% (Instituto de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, 2019). Su nivel de pobreza es del 11,6% según informes del Instituto Nacional de Estadística “donde de 116 personas de cada 1.000 no superan el ingreso mínimo para cubrir las necesidades básicas alimentarias y no alimentarias y el índice de indigencia se ubicó en el 0,4%” (DATASUR, 2021).

Tiene el PIB per cápita más alto de la región en el 2020, con un ingreso mediano alto de 14.259 euros, esto debido a que el país tiene una sólida estabilidad democrática, política y social que atrae inversionistas (Europa Press, 2020).

4.5.2 Aspectos políticos

La República Oriental del Uruguay es un Estado unitario democrático, de carácter presidencialista. Sus mandatos son de 5 años y está prohibida la reelección inmediata, deben de esperar un mandato para poder optar a la reelección, es de los países más plenamente democráticos de América Latina, dejando atrás un pasado de golpes de Estado y dictaduras militares. Su gobierno actual se divide en: Poder Ejecutivo, Poder Legislativo y Poder Judicial. Forma parte de: El Fondo Monetario Internacional (FMI), Mercado Común del Sur (MERCOSUR), Organización de los Estados Americanos (OEA), Organización de las Naciones Unidas (ONU) y La Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) (CEPAL UN, 2021).

Después de 30 años de Gobierno del partido de izquierda Frente Amplio, en el 2019, el Partido Nacional (PN), de ideario centroderecha, ganó las elecciones. Queirolo (2020) narra que la población en Uruguay está dividida casi igualitariamente entre el bloque centroizquierda y centroderecha, uno gana sobre el otro con una mínima cantidad. En esta

ocasión tras realizar un análisis de las necesidades prioritarias de los uruguayos, se evidenció que la estrategia de campaña del PN fue la de ofrecer más seguridad pública, ya que se tiene la percepción que “los partidos de derecha son los que suelen representar mejor las demandas de más orden y respeto a la autoridad”.

Sobre el manejo de la pandemia, se destaca que la cuarentena fue voluntaria y su slogan fue “¡Si podés quedate en casa!”; para mitigar el impacto económico el Banco Estatal abrió líneas de crédito, se otorgaron préstamos para las MiPymes y extensión de pagos para cumplir con los deberes tributarios, entre otros. Uruguay mantuvo registros bajos por muertes por COVID-19 por millón de habitantes y su sistema de salud no se desbordó. Según publicación del diario El País (2021), un 59% de los uruguayos aprueba la forma en que Lacalle Pou está llevando adelante el Gobierno, un 8% no aprueba ni desaprueba y un 33% desaprueba.

4.5.3 Aspectos económicos actuales

Según informes del Banco Mundial (2021), Uruguay tiene la clase media más grande de América, ya que representa más del 60% de su población. Esto es producto de sus políticas macroeconómicas ejecutadas desde el 2002 y al sólido pacto social que lo caracteriza.

El Observatorio de Complejidad Económica (OEC, 2019) relata que las principales exportaciones de Uruguay son:

Pasta química de madera a la sosa (soda) o al sulfato (\$1,57MM), Carne de Animales de la Especie Bovina, Congelada. (\$1,51MM), Habas (Porotos, Frijoles, Fréjoles) de Soja (Soya) (\$675M), Leche y Nata (Crema), Concentradas O con Adición de Azúcar U Otro... (\$457M), y Arroz. (\$380M), exportando principalmente a China (\$2,63MM), Brasil (\$1,12MM), Países Bajos (\$484M), Estados Unidos (\$484M), y Argentina (\$438M).

Por otra parte, el Instituto Nacional de Estadística (2021), presentó el *Informe de Actividad, empleo y desempleo*, indicando que solo el 8% total de su población se encuentra en condición de desempleo. Estas cifras evidencian la calidad de vida de los uruguayos en relación a la realidad que se vive en Latinoamérica.

4.5.4 Mercado audiovisual

La televisión llegó en 1943, con la realización de algunas pruebas, pero no fue hasta mediados de 1950 cuando se instauraron los tres primeros canales privados en el país y el canal público del Auditorio Nacional Adela Reta (SODRE). En 1974 la dictadura militar creó la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), un servicio público descentralizado vía Ley 14.235 (Poder Legislativo, 1974). Tres años después se promulga la Ley 14.670 de Radiodifusión, que fue derogada por la actual Ley 19307 *Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual*.

La Ley 14.670 de 1977 no contemplaba la figura de canal público, ni tampoco indicaba el tiempo de explotación de licencia para los canales privados. Claramente muestra un autoritarismo expresado en el Art. 7:

La Dirección Nacional de Relaciones Públicas de la Presidencia de la República (DINARP), será competente para controlar que las emisoras se ajusten a las normas constitucionales legales y reglamentarias que regulan la libre comunicación del pensamiento.

Uruguay tiene un mercado de medios concentrado en radio y televisión, tal se evidencia en el estudio titulado *En pocas manos*, realizado por los académicos Gómez, Gelves y Thevenet (2017) donde se plantea que:

Son tres los grandes grupos mediáticos del país que, entre otros medios, controlan los canales de TV comerciales de Montevideo: el grupo Villar/De Feo, del Canal 10; el grupo Romay, históricamente asociado en torno al Canal 4; y el grupo Cardoso/Scheck, del Canal 12. (pág.7)

La promulgación de la Ley 19307 de 2014 buscó controlar la concentración de medios poniendo límites para la posesión de licencias en el interior del país, en radio, televisión nacional y también para los servicios de televisión para abonados. Esta normativa fue recibida favorablemente por organismos como: Reporteros Sin Fronteras (2014) que indicó que, esta ley “favorece el pluralismo de la prensa y permitió la creación de un Consejo de Comunicación Audiovisual independiente del Poder Ejecutivo”, y por el Relator Especial de las Naciones Unidas para la Libertad de Opinión y Expresión que lo tildó de “una ley ejemplar”.

En contraste, desde que se expresó la intención de sancionar una ley de medios, los empresarios de la comunicación lo rechazaron indicando que solo “los regímenes autoritarios son los que tienen ley de medios” y que “ese discurso de concentración de los medios en pocas manos tiene muchos años y no refleja la realidad”. Asimismo, no compartían la iniciativa de pagar un canon por la utilización del espectro, cuyos fondos irían destinados al fomento a la producción local. Otro aspecto conflictivo es que la nueva ley da un plazo de finalización de uso de espectro y ellos poseían licencias sin plazo de carácter irrevocable (Cámara de telecomunicaciones del Uruguay, 2010).

Por otro lado, Da Silva (2018) recopila que los dueños de medios cuestionaron que esta ley no regula el Internet, poniéndoles en desventaja ya que las audiencias pueden migrar fácilmente a otras plataformas. Por ejemplo, solo se permiten 15 minutos de publicidad por

una hora de programa afectando la única fuente de ingresos, en cambio las emisiones realizadas a través de las redes sociales no tienen restricción.

Según el Índice Chapultepec (2021), barómetro de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) que mide la libertad de prensa, Uruguay y Chile son los países mejor evaluados. Para el caso de Uruguay tiene un puntaje de 84,10/100 colocándose en el primer lugar, con una evaluación positiva en las siguientes dimensiones: Ciudadanía informada y libre de expresarse 21,29/23; ejercicio del periodismo 9,43/10; violencia e impunidad contra periodistas y medios 29,81/42 y control de Medios 23,57/25. Se puede incluir aquí, la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa (2021), donde Uruguay ha subido un escalón este año, ubicándose en el puesto 18, para el año 2021 registra: 0 colaboradores muertos, 0 periodistas ciudadanos asesinados y 0 periodistas muertos.

Sobre los medios públicos, poseen el Sistema Público de Radio y Televisión Nacional (SPRTN) que depende del Ministerio de Educación y Cultura, según el Art. 150 de la Ley de medios 2015, y opera por medio de un Directorio del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional, que es el encargado de salvaguardar la calidad de la programación y que se cumplan los reglamentos y leyes. El SPRTN establece que ofrecen:

Un servicio fundamental para la comunidad, mediante el cual se brinda a la sociedad en su conjunto y en todo el territorio, información, cultura, educación y entretenimiento, consolidando a la ciudadanía en dichos ámbitos, siendo de carácter permanente su rol social, por lo cual debe garantizarse su acceso y su continuidad.

El sistema público está integrado por 4 radios nacionales: Babel 91.7 FM, Clásica 650 AM, Radio Cultura 1290 AM, Uruguay 1050 AM y 94.7 FM y Canal 5 y 8 (Medios Públicos UY, 2021). Referente a la Televisión, el periódico online, la Diaria Cultura (2021), comparte

el titular “El canal público dejará de llamarse Televisión Nacional Uruguay y volverá a ser Canal 5”, esto parece confirmar que se cambió el director y con él, el nombre del canal.

Su medio público tiene 58 años al aire de manera ininterrumpida, con programación generalista que ofrece programas culturales, artísticos, noticieros y de entretenimiento. Poseen un programa llamado *TA, tiempo de aprender* “se trata de un magazine de una hora de duración con propuestas lúdicas y artísticas, espacios tecnológicos, entrevistas y segmentos sobre experiencias en la educación pública”, dirigida a niños en edad escolar (ANEP, 2021).

Existe también la Comisión Honoraria Asesora del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional, independiente del SPRTN e integrada por los doce representantes honorarios. Tiene como función principal la de recibir, gestionar y analizar las quejas por parte de las audiencias referentes a la programación emitida por el SPRTN, así como la de aprobar reglamentos internos.

Narrado por Monje (2013), referente a las asociaciones de medios se identifican dos, la Asociación de la Prensa Uruguaya (APU), fundada en 1944, está integrada por los sectores de los trabajadores de la comunicación que trabajan en Prensa, Radio, Televisión y Agencias Internacionales, ligado estrechamente al movimiento sindical (Asociación de la Prensa Uruguaya, 2021). El segundo movimiento es la Asociación Nacional de Broadcasters Uruguayos (ANDEBU), fundado en 1933, e integrado por los empresarios-dueños de medios de comunicación televisivos y radiales del Uruguay.

Se identifica la Asociación de Productores y Realizadores de Cine del Uruguay (ASOPROD, 2021), creada en 1994 con el objetivo de promover la producción del cine nacional, tanto de ficción como documental y animación. Y el Centro de Archivo y Acceso

a la Información Pública (CAinfo, 2021), fundada en el 2008 es una asociación civil que trabaja como una coalición para fomentar una comunicación democrática.

4.5.5 Análisis judicial: Ley N. 19307 y el nuevo proyecto de ley

Después de casi 5 años de debate, el 14 de enero de 2015 se publica la Ley de medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual, y su respectivo reglamento vía Decreto No. 160/019 Reglamentación de la ley 19.307. Ley de medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual (Poder Ejecutivo, 2014).

Esta normativa tiene por objetivo regular los servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual. Define en su Art. 6. que los servicios de comunicación audiovisual son de interés público ya que estos:

Constituyen uno de los principales medios de información social, permiten el ejercicio del derecho a comunicar y a recibir información para el ejercicio pleno de la libertad de expresión de la ciudadanía, la difusión de valores como la identidad y la diversidad cultural y el apoyo a la educación, componiendo un sistema esencial para promover la convivencia, la integración social, la igualdad, el pluralismo y los valores democráticos.

En esa misma línea se establece claramente que se debe de cuidar la pluralidad, controlar los monopolios y oligopolios, de tal modo solo permite la asignación de tres autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión abierta de radio o televisión y seis autorizaciones o licencias para prestar servicios de televisión para abonados en el territorio nacional. A la vez, los que ofrezcan servicios de comunicación audiovisual no podrán prestar servicios de telecomunicaciones de telefonía o de transmisión de datos (Art.56).

Son valores importantes en este ecosistema mediático la independencia y libertad editorial. Se busca promover la figura de la autorregulación para protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes (Art.30) y la censura se plantea como una violación a los derechos (Art. 15).

Esta ley, al igual que la de Chile, tiene un apartado de protección para transmitir por televisión los partidos y juegos de las selecciones nacionales de fútbol y de básquetbol, “en instancias definitivas de torneos internacionales y en instancias clasificatorias para los mismos, deberán ser emitidos a través de un servicio de radiodifusión de televisión en abierto y en directo y simultáneo” (Art. 39). En el reglamento de la Ley 19.307 decretos/160-2019, capítulo 3. Derecho al acceso de eventos de interés general, lo detalla así:

Artículo 29. (Actividades oficiales en torneos internacionales). Se entenderá por actividades oficiales en torneos internacionales de las selecciones nacionales de fútbol y básquetbol (artículo 39 de la Ley N° 19.307 de 29 de diciembre de 2014) a la totalidad de las competencias organizadas por la Federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), la Confederación Sudamericana de Fútbol (CSF), la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) y su filial FIBA Américas, el Comité Olímpico Internacional (COI), el Comité Paralímpico Internacional (CPI) y la Organización Deportiva Panamericana (ODEPA).

Para promover la producción nacional audiovisual, se creó el Fondo de Promoción del Sector de Comunicación Audiovisual que es financiado por los pagos de alquiler de licencias (Art.187 y 188). Este Fondo financia proyectos audiovisuales nacionales y la asignación de recursos se realiza mediante concursos públicos, abiertos y transparentes (Art. 62, 187 y 188).

Por otra parte, se identifican varias instituciones y unidades que intervienen en la regulación de medios, con la problemática de que tantas unidades pueda conllevar a una duplicidad de funciones. Entre ellos se enlistan:

1. Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual (DINATEL): Responsable de formular, implementar, articular, coordinar y supervisar las políticas nacionales de telecomunicaciones y servicios de comunicación audiovisual, orientadas por el interés general para universalizar el acceso a las tecnologías de la información y comunicación y contribuir al desarrollo del sector y del país (Ministerio de Industria, Energía y Minería , 2021).
2. El Consejo de Comunicación Audiovisual: Que se vincula administrativamente con el Poder Ejecutivo a través del Ministerio de Industria. Este consejo está conformado por 5 miembros y pueden desempeñar su cargo por seis años, pudiendo ser prorrogable, por única vez, por un período no mayor a tres años. Son los responsables de ejecutar y sancionar la Ley 19307-2014.
3. La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC): Es quien fiscaliza los servicios técnicos de comunicación audiovisual.
4. La Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual (CHASCA): Compuesto por diecisiete representantes honorarios y que tiene por función principal, elaborar los reglamentos de funcionamiento interno y emitir opinión en todos los trámites y procedimientos de otorgamiento de autorizaciones y licencias, entre otras funciones de asesoría y vigilancia, no sancionadora (Art. 80).

5. Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo: Defiende y promueve los derechos de las personas hacia y ante los servicios de comunicación audiovisual. Recibe y tramita las denuncias sobre los servicios audiovisuales para asegurar el derecho de las personas (Art.85).
6. Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL): El único habilitado para brindar acceso a infraestructura de transmisión de radiodifusión a titulares de servicios de radiodifusión abierta de radio y de televisión que no dispongan de ella. ANTEL es la empresa estatal que brinda los servicios de telefonía móvil, fija y de las conexiones a internet por cable (Art. 89).
7. Servicio de Comunicación Audiovisual Nacional (SECAN): Es el servicio público de comunicación audiovisual del Ministerio de Educación y Cultura. Este servicio público, ni comercial ni estatal, que integra los medios públicos (Ministerio de Educación y Cultura, 2021).
8. Instituto de Cine y el Audiovisual de Uruguay: Fue creado en mayo de 2008 por la Ley de Cine (Ley N. 18.284 y Decreto 473/008) (INCAU, 2021).

Vale la pena destacar que la Ley 19307 de 2014 promueve activamente la protección a la libertad de expresión, derecho a la información, control de concentración y busca la calidad de emisión de contenidos. Sobresale el capítulo VIII que trata el tema de la autorregulación ética o de conducta profesional, estableciendo que los comunicadores y dueños de medios deben de regir sus actividades conforme a códigos públicos de normas éticas o de conducta profesional. Por otro lado, esta ley estableció disposiciones transitorias de 4 años para la transferencia de licencias para aquellos que superaran el límite de

concentración establecido y el Consejo de Comunicación Audiovisual estableció un cronograma para la aplicación progresiva de otros artículos de la ley.

Silva Galván (2020) describe que el 28 de abril el presidente Lacalle Pou envió una nueva propuesta de ley de medios al Parlamento para su aprobación, que derogaría la actual Ley 19307 de 2015 sancionada en el Gobierno de Pepe Mujica. Hasta la fecha el debate continúa.

Los principales cambios de la nueva propuesta de ley (2020) de Lacalle Pou, son los siguientes:

1. Se permite que multinacionales puedan comprar licencias, por decisión y aprobación del Poder Ejecutivo, representando esto una involución para un sistema democrático.
2. No se abre el mercado de manera equitativa para que participen nuevos jugadores, ya que, se establecen apartados en que los que actualmente tienen sus licencias asignadas pueden poseer un canal de televisión para abonados y una licencia para radio o televisión abierta, pero esto no aplica para aquellos que aspiran a ser nuevos competidores, consolidando así, la concentración de la propiedad tradicional.
3. Sobre los derechos de las audiencias, se eliminaría la figura de defensa de los consumidores, ya que desaparece el Consejo de Comunicación Audiovisual.
4. Esta ley presentada no fomentó la participación ciudadana ya que se redactó a puerta cerrada, no hubo inclusión social y no se respetó el derecho a la información de los ciudadanos.

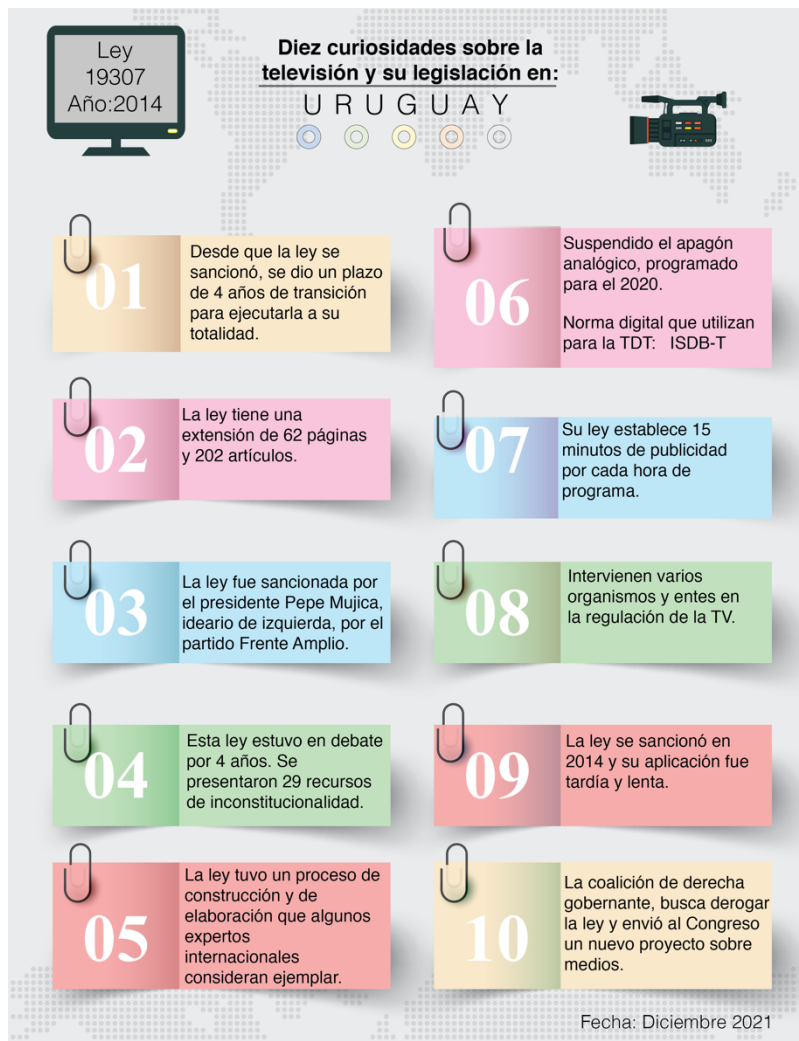
5. Hay una violación a los derechos de la comunidad con discapacidad auditiva, ya que se excluye la obligatoriedad de colocar el lenguaje de señas.
6. Se elimina el Art. 142, esto provocaría que los partidos políticos pequeños no puedan promover de manera gratuita sus campañas. Dicho de otro modo, solo el que tenga el dinero para pagar y pautar podrá hacer uso de espacios en la TV y Radio.
7. Se elimina la exigencia porcentual de emitir producción nacional en los canales (60%), el marco de protección para los niños y niñas es excluido, así como la protección a la discriminación para la pequeña población afrouruguaya.
8. No garantiza la transparencia sobre el uso del espectro radioeléctrico ya que propone que sea el Poder Ejecutivo quien asigne y regule los medios con asesoría de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC), no siendo coherente con los estándares internacionales donde es un ente especializado el que cumple estas funciones.
9. Se elimina el cobro del uso del espectro radioeléctrico a los concesionarios de señales audiovisuales abiertas y permite autorizaciones de cuatro licencias para televisión más cuatro para radiodifusión a una misma persona, mientras que en la ley vigente una persona física o jurídica solo puede ser el titular de tres licencias.
10. Afectaría a otros rubros como el de los productores audiovisuales independientes, ya que habría menos estímulos y ayudas para la producción y exhibición de contenidos nacionales, porque se elimina el Fondo de Promoción del Sector de la Comunicación Audiovisual.

11. En lugar de modernizar y actualizar la ley se da un atraso, ya que no contempla la regulación del Internet y convergencia.

Sobre la nueva ley, el investigador Becerra en un conversatorio con la plataforma Defensoría del Público (2021), establece similitudes entre Argentina y Uruguay y los retrocesos antidemocráticos por los que atraviesan en materia de comunicación, indicando que “el Poder Ejecutivo uruguayo envió un proyecto al Parlamento para modificar la Ley de 2014. En el caso argentino, fue por decreto. Los cambios que se proponen en Uruguay se parecen a los de las reformas en Argentina: relajar los controles a la concentración”.

En esa misma línea, El Consejo Directivo Central (CDC), de la Universidad de la República (Udelar), realizó un pronunciamiento en contra, manifestando que “el proyecto de Ley de Servicios de Difusión de Contenido Audiovisual a estudio del Parlamento no cumple con los estándares de calidad democrática en materia de comunicación, como sí cumple la normativa vigente, que tuvo una parcial y tardía aplicación” (OBSERVACOM, 2021).

Figura 13. Infografía curiosidades del sistema televisivo en Uruguay



Nota. La infografía es de elaboración propia utilizando vectores de freepik con licencia.

4.6 Comparativo leyes de comunicación, 2011-2020 en Suramérica

En este apartado se muestran los resultados del análisis comparado de las 5 legislaciones suramericanas aprobadas en el periodo 2011-2020, según las variables: Protección básica, pluralidad del mercado, inclusión social, espectro radioeléctrico, órgano regulador y de monitoreo, medios públicos, contenidos audiovisuales e Internet. Se relacionan con el sistema televisivo de Honduras, ya que este último es el eje central de esta tesis. En el Anexo 3. Análisis de legislaciones, se detalla cada uno de los ítems según sus variables.

4.6.1 Generalidades

Tabla 13. Generalidades según índices

Generalidades: Índices				
País	Índice de desarrollo humano	Índice de percepción de corrupción	Índice de Democracia (Ranking)	Global Freedom Score
Bolivia	0.718	124	94	66
Chile	0.851	25	17	93
Colombia	0.767	92	46	65
Ecuador	0.759	92	69	67
Uruguay	0.817	21	15	98
Honduras	0.634	157	88	44

Nota. Esta tabla muestra los índices de evaluación de IDH, corrupción y democracia.

Índice de desarrollo humano (IDH): Es publicado por el Programa de las Naciones Unidas Para el desarrollo (PNUD, 2019), y simplifica el análisis de tres dimensiones clave del desarrollo humano: una vida larga y saludable, estar informado y tener un nivel de vida decente. En el ranking de los países estudiados, Chile se encuentra primer lugar con el puesto 43; seguido de Uruguay en la posición 55, Colombia en el 83 y Ecuador en el 86. Bolivia tiene las condiciones menos favorables de los países analizados, ubicándose en el 107.

Índice de Percepción de la Corrupción: Transparencia Internacional (2021), organización de la sociedad civil que lucha por la justicia social y económica, los derechos humanos, la paz y la seguridad, y que está en contra de la corrupción, abogando por crear políticas que construyan coaliciones para cambiar el statu quo, publicó su resumen global 2020. En este reporte, se plantea un índice que analiza a 180 países y territorios y los clasifica según la percepción de corrupción de su sector público. Se implementa una escala de cero a cien, donde el cero corresponde a corrupción elevada y, el cien, a corrupción inexistente.

Uruguay con un puntaje de 71 y en la posición 21 en el ranking, es el mejor evaluado. Le sigue Chile que desde el 2014 al 2020 ha bajado 6 puestos, situándose en el 25, un 54% de su población percibe que la corrupción ha aumentado en los últimos 12 meses.

Colombia y Ecuador empatan colocándose en el 92; para el primero se identifica que, debido a una alta concentración de Poder en el Ejecutivo, esto ha contribuido a que existan irregularidades y casos de corrupción asociados a los procedimientos de compras por la emergencia sanitaria. En cambio, Ecuador ha saltado 7 puntos desde el 2012 al 2020, producto de las buenas decisiones judiciales en las sentencias del ex presidente Rafael Correa y otras 19 personas por aceptar casi US \$ 15 millones en sobornos a cambio de contratos públicos para financiar campañas electorales entre 2012 y 2016. Bolivia por su parte, en el último lugar de los países analizados en este estudio, ubicándose en el 124 y con un puntaje de 31/100.

Índice de Democracia (Ranking): La división de investigación y análisis de Inteligencia de The Economist Group (2021, págs. 9-13) publica anualmente un informe sobre la democracia, la versión 2020 titulada, *In sickness and in health*, analizó la situación de 167 países y los clasifica en: Democracias plenas (8 y 10 puntos), democracias imperfectas (6 y 8), regímenes híbridos (4 y 6 puntos) y regímenes autoritarios (menos de 4). Las variables

a evaluar fueron: procesos electorales, pluralismo, funcionamiento del gobierno, participación política, cultura política y libertades civiles.

Para Suramérica, en democracias plenas se encuentra: Uruguay en el puesto 15/167 con un puntaje de 8,61; seguido de Chile con un puntaje de 8,28 y posicionándose en el 17. De los países estudiados, Bolivia es el peor evaluado con un 5,8 y en la ubicación 94. Le sigue Ecuador situándose en el 69 con 6,13 y finalmente se halla a Colombia en el 46 con el puntaje de 7,4.

Global Freedom Score: Freedom House (2020), es de las organizaciones más antiguas en Estados Unidos que trabajan para la defensa de la democracia en el mundo, fue fundada en 1941 durante la Segunda Guerra Mundial con el objetivo de luchar contra el fascismo. Realizan diversos estudios que promueven el acceso de las personas a sus derechos políticos y libertades civiles. Su reporte anual 2020 titulado *Freedom in the World*, califica a 210 países y analiza las siguientes variables: libertades individuales, derecho al voto, composición étnica o religiosa, nivel de desarrollo económico, libertad de expresión e igualdad ante la ley.

Según este reporte Uruguay y Chile se califican con el mejor puntaje. Uruguay con una valoración de 40 en derechos políticos y 58 en libertades civiles, se le otorga una nota final de 98. Chile tiene 93, dividido en 38 por derechos políticos y 55 en libertades civiles. Para el Caso de Ecuador, Bolivia y Colombia tienen un puntaje muy similar de 67, 66 y 65 respectivamente.

Relacionado a Honduras: En el IDH este se localiza en el puesto 132, con un índice de 0.634. evidenciando la situación de vulnerabilidad que vive la población y la cruda realidad de cómo las malas decisiones políticas que se han tomado a través de los años tienen

sus consecuencias en la calidad de vida de la gran mayoría. Asimismo, las decisiones que efectuaron los Gobiernos para disminuir y controlar al COVID-19, afectaron considerablemente la democracia. Para el caso, este tiene un régimen híbrido, con un puntaje de 5.36, situándose en la posición 88 de 167.

Sobre el tema de corrupción, Honduras, de los peor evaluados posicionado en el 157 de 180 países, bajó dos puntos desde la última evaluación. En el 2020 Honduras, no solo fue azotado por el COVID-19 y por los huracanes Eta y Iota, sino, que también por la corrupción. Su puntaje de 24/100, demuestra que no hay un avance significativo en la erradicación de este veneno, producto de la impunidad que impera y la falta de compromiso en la formulación de políticas públicas que ofrezcan un respaldo para luchar contra esta epidemia mortal. El académico Perelló (2020) publicó una nota que establece que “como partido gobernante, el Partido Nacional es responsable de la creciente corrupción y retroceso democrático que ha sufrido Honduras en la última década”, y es que, el actual presidente de ideario derecha, tiene a su hermano Tony Hernández, cumpliendo una sentencia de por vida condenado por cuatro cargos, incluido el tráfico de drogas a territorio estadounidense (Maldonado, 2021).

Global Freedom indica que Honduras tiene 19 en derechos políticos y 25 en libertades civiles, teniendo así un puntaje final de 44 y clasificándose como un país parcialmente libre.

Todos estos índices y evaluaciones muestran una interrelación coherente, entre más alta la corrupción más bajo su índice de desarrollo. El orden de mejores condiciones a peores según el análisis de esta tabla de generalidades, es la siguiente: Uruguay, Chile, Colombia, Ecuador y Bolivia.

4.6.2 Protección básica

Tabla 14. Variable de protección básica

Variable: Protección básica				
País	Libertad de expresión	Derecho a la información	Protección a periodistas	Independencia política
Bolivia Ley 164	Sí Constitución Política del Estado y otro Artículo	Sí Ley. 28168 y otros artículos	Sí Ley 315 de 2012 y otros artículos.	Sí Art. 59 y 16
Chile Ley 18838	Sí Ley 19733	Sí Ley 20285	Sí Colegio de Periodistas de Chile	Sí Art. 13
Colombia Ley 1978	Sí Constitución Política el Estado y otros artículos	Sí Constitución de la República y art.74	Sí Decreto 4065 de 2011.	Sí Ley 1341 de 2009
Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Sí Constitución de la República del Ecuador y art. 66	Sí Constitución Política de la República del Ecuador y art.18	Sí Comité Interinstitucional para la Protección de Periodistas y Trabajadores de la Comunicación	Sí Art. 16, 106, 114.
Uruguay Ley 19307	Sí Art. 5	Sí Art. 7, 10, 85	Sí Art. 41	Sí Art. 16, 106, 114
Honduras	Sí Art. 72 Constitución de la República	Sí Art. 72-74 Constitución de la República	Sí La Ley de Protección para las y los Defensores de Derechos Humanos, Periodistas, Comunicadores Sociales y Operadores de Justicia	Sí Ley de emisión de pensamiento

Nota. La tabla protección básica indica sobre aspectos mínimos que deben de salvaguardarse en el ecosistema de medios.

El primer cuestionamiento que surge al momento de sancionar una ley de medios es, ¿Cómo se garantizará la libertad de expresión?, en la Tabla 9. Protección básica, se observa que todos los países estudiados puntualizan en sus leyes y Constituciones proteger la libertad de expresión y el acceso a la información como un derecho de todos. Se especifica en las leyes enunciados como: Garantizar la libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa; la comunicación es un mecanismo que permite garantizar los derechos de la diversidad de palabra y a la participación activa, plural e informada de los ciudadanos y la comunicación audiovisual son soportes técnicos para el ejercicio del derecho humano a la libertad de expresión, etc. El concepto es el mismo, cuidar de este derecho, pero hacer uso de el con un compromiso responsable, sin violentar los derechos de los demás.

El derecho a la información comprende el acceso que se tenga a esta, para ello, es necesario que exista un compromiso en la transparencia en la gestión pública de los diferentes poderes del Estado. En el caso de Chile, su ley establece que “se reconoce a las personas el derecho a ser informadas sobre los hechos de interés general” Art. 1 de la Ley 1973. Uruguay establece que se debe de dar “garantía del derecho a las personas para acceder a una pluralidad de informaciones y opiniones, garantizando igualdad de condiciones” (Art. 7 y 10). En la actualidad, el derecho a la información también comprende aspectos tecnológicos y el acceso que se tenga al Internet, este aspecto no es detallado de manera activa en estas leyes, lo que demanda una actualización de la regulación convergente, medios de comunicación y nuevas plataformas tecnológicas.

El proteger a las personas que transmiten la información, es un deber y compromiso de todos los Estados y es establecido en la Declaración de las Naciones Unidas, sobre la obligación a Defender los Derechos Humanos, esto comprende cuidar la libertad de expresión y crear mecanismos para acceder a la justicia. Sin embargo, en las legislaciones analizadas no se especifica de manera detallada mecanismos oportunos para propiciar mejores condiciones a los comunicadores.

Para el caso de Bolivia se sancionó la Ley 315, este propone un plan de seguro de vida por accidentes, enfermedades para los trabajadores de la prensa, actividad que es valorada y debe ser tomada como una buena práctica. Sin embargo, la protección a los periodistas y comunicadores, no es solo establecer en una normativa artículos que alaben su profesión y que establezca que hay que cuidarles. La protección debe ser integral y comprende aspectos como: Condiciones dignas de trabajo, remuneraciones justas, proteger el secreto profesional, ofrecer seguridad para reporteros en situaciones de riesgo, capacitaciones para el sector y custodiar el libre ejercicio de su profesión evitando ser

censurados. Es aquí, donde los colegios de periodistas, gremios y ONG tienen un papel importante como promotores, como ejemplo, Ecuador creó un Comité Interinstitucional para la Protección de Periodistas y Trabajadores de la Comunicación, que coordina operaciones de seguridad para reporteros y sus equipos en situaciones consideradas de riesgo.

La independencia política es una clase pendiente en el currículo Estatal, puesto que todas las normativas establecen que no se puede censurar un medio, en la realidad, en unos países más que otros, se analiza la relación de poder entre políticos y medios de comunicación. Un caso marcado y definido es el de Colombia, donde son 15 las familias dueños de medios que a su vez están intrínsecamente relacionados a la política del país, controlando así la comunicación según el ideario e intereses.

Relacionado a Honduras: Organismos como el Comité por la Libre Expresión (C-libre), La Secretaría de Derechos Humanos, Justicia, Gobernanza y Descentralización, Comisionado Nacional de los Derechos Humanos en Honduras (CONADEH), El Colegio de Periodistas de Honduras, Asociación para una Sociedad más Justa (ASJ) y el programa de Apoyo a los Derechos Humanos en Honduras (PADH), son algunos de los organismos que buscan proteger los derechos de la libertad de expresión y el derecho a la información, así como proteger la integridad de los comunicadores sociales.

El Observatorio Nacional de la Violencia (ONV) de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), publicó un informe que indica que, durante el 2002 al 2020 fueron 90 las muertes de periodistas que quedaron impunes, en esa misma línea, el Comisionado Nacional de los Derechos Humanos en Honduras (CONADEH), comparte que el 97% de asesinatos a periodistas registrados desde el año 2000 han quedado impunes (Swiss Info, 2021), violentando así La Declaración de Chapultepec establece que en el punto 4:

El asesinato, el terrorismo, el secuestro, las presiones, la intimidación, la prisión injusta de los periodistas, la destrucción material de los medios de comunicación, la violencia de cualquier tipo y la impunidad de los agresores, coartan severamente la libertad de expresión y de prensa. Estos actos deben ser investigados con prontitud y sancionados con severidad (OEA, 1994).

La Ley de Protección para las y los Defensores de Derechos Humanos, Periodistas, Comunicadores Sociales y Operadores de Justicia, publicada en el Diario Oficial La Gaceta No. 33,730-2015, ha establecido mecanismos para cuidar todos los derechos que operan en el ecosistema mediático hondureño, sin embargo, aún queda mucho trabajo que realizar y solo será posible ganar la batalla de la corrupción y violación a derechos con la participación activa de la sociedad gremios.

4.6.3 Pluralidad del mercado

Tabla 15. Variable pluralidad del mercado

Variable: Pluralidad del mercado		
País	Concentración del mercado (audiencias y/o antimonopolio)	Límites para la propiedad (asignación de frecuencias)
Bolivia Ley 165	No se permite Art. 107. 61 y Art. 314 en TDT podrán gestionar solamente un canal digital formado SD o HD	Sí Artículo 61. Art. 30 No puede obtener más de 1 licencia de radiodifusión en una misma área de servicio
Chile Ley 18839	No se permite Art.1 Ley 18838 /Decreto Ley 211 /Artículo 3 Ley 19733 Fiscalía nacional Económica Art. 50 18838 El 40% del total de las concesiones asignables para la televisión digital, destinadas a señales de radiodifusión televisiva digital de libre recepción regionales, locales y locales comunitarias	Sí Art. 10 LEY 20433. Solo una concesión de Servicios Comunitarios y Ciudadanos de Radiodifusión de Libre Recepción. Art. 10 y Art 15.no podrán otorgarse nuevas concesiones con medios propios a aquellas personas jurídicas que ya sean titulares de una concesión en la misma zona de servicio
Colombia Ley 1979	No se permite Art. 29 Ley 82 La Comisión Nacional de Televisión, expedirá regulaciones tendientes a evitar las prácticas monopolísticas	Sí Artículos 9 y 10 de la Ley 1340 Solicitud de autorización en el caso de integraciones empresariales a La Superintendencia de Industria y Comercio.
Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	No se permite Art. 99 Un solo productor no podrá concentrar más del 25% de la cuota horaria o de la cuota de adquisiciones de un mismo canal de televisión	Sí Art. 113. una frecuencia para matriz de televisión a una misma persona natural o jurídica en todo el territorio nacional.

Variable: Pluralidad del mercado		
País	Concentración del mercado (audiencias y/o antimonopolio)	Límites para la propiedad (asignación de frecuencias)
Uruguay Ley 19307	No se permite Art. 11 y 25 El total de suscriptores de las empresas de televisión para abonados autorizadas en todo el territorio nacional no podrá superar el 35% (treinta y cinco por ciento) del total de hogares con televisión	Sí Artículo 51 anti Monopolios y oligopolios Art.53 No puede de más de tres autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión abierta de radio o televisión. Art. 54 no puede ser beneficiada con la titularidad total o parcial de más de seis autorizaciones o licencias para prestar servicios de televisión para abonados en el territorio nacional
Honduras	No se especifica	No se especifica

Nota. La tabla muestra que la pluralidad es un principio que ofrece oportunidades para conocer diferentes puntos de vista y valorar otras posturas e idearios.

Un mercado de medios que está en pocas manos, reduce que exista una pluralidad de ideas y perspectivas sociopolíticas, sociales y culturales. La lucha con este tema es alta, debido a los intereses económicos que se juegan, y en especial por el control que se ejerce sobre la población. La Tabla 10. Pluralidad del mercado muestra que Chile posee La Ley de Presupuestos del Sector Público 19733, que establece en el Art. 5, el apartar recursos para realizar estudios sobre el pluralismo en el sistema informativo nacional, que serán asignados mediante concurso público por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica, esta actividad evidencia la cultura de investigación y presencia universitaria que predomina en dicho país.

El peor evaluado en cuanto a pluralidad es Colombia, su ley establece que se deben evitar las prácticas monopolísticas. Sin embargo, según informes de Media Ownership Monitor (RSF, 2016), son ocho los grupos mediáticos que concentran el 78% de la audiencia transversal. Dicho de otro modo, 4 de 5 colombianos se informa por medio de esos grupos, “los tres grupos mediáticos que mayor concentración de audiencia logran son: La Organización Ardila Lülle con 28,7%, el Grupo Santo Domingo con 19,5% y la Organización Luis Carlos Sarmiento Angulo con 7,3%”.

Bolivia y Ecuador establecieron su respectivo reglamento para poner límite a la propiedad, que de forma directa o indirecta impliquen la concentración de frecuencias del espectro radioeléctrico. Uruguay por su parte, asume su deber y establece que es el Estado el responsable de impedir que se formen oligopolios y monopolios ya que estos conspiran contra la democracia al restringir el pluralismo y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de las personas.

El caso de Chile es peculiar ya que existe la Fiscalía Nacional Económica, quien regula el tema de competencia, pero no se evidencia una regulación activa para los medios de comunicación, para los medios comunitarios solo se les es permitido tener 1 licencia y los medios privados solo pueden tener 1 licencia por cada zona de servicio.

Relacionado a Honduras: Existe un gran pluralismo en el mercado mediático, con 102 operadores y 431 canales distribuidos en 112,492 km² cuadrados de territorio nacional. La oferta de canales es amplia, pero la concentración de audiencias se encuentra en el canal HCH- Hable como Habla Televisión Digital²⁴, registrándose un 67.4/100 de ratings según encuestadora paradigma al 26 de agosto de 2021. Por otro lado, se tiene a Telecentro, el primer oligopolio mediático en el país que agrupa 4 canales de televisión y 14 radios, este grupo tiene relación y negocios con Grupo América integrado por 9 radios. El país no tiene un amparo legal sobre la concentración y la propiedad, es importante resaltar que los dueños de medios también participan activamente en la política, desempeñándose como diputados, regidores de alcaldía, secretarios, etc.

²⁴ HCH es el acrónimo de Hable Como Habla, es un canal de televisión privado, enfocado principalmente en la transmisión de noticias las 24 horas del día. Dentro de su parrilla se identifican programas religiosos, de entretenimiento, películas y musicales. Los inicios de esta empresa se remontan al 2001, con “el noticiero Hable como Habla” transmitido por canal 11 como un espacio pagado. El 26 de agosto del año 2010, Eduardo Maldonado, periodista y propietario crea HCH Televisión Digital como medio de comunicación, convirtiéndose en el referente de las noticias y de periodismo utilitario en Honduras.

4.6.4 Inclusión social

Tabla 16. Variable inclusión social

Variable: Inclusión Social			
País	Acceso a discapacitados y minorías	Participación de la sociedad civil	Medios Comunitarios
Bolivia Ley 165	Sí Artículo 70 de la Constitución Política del Estado Decreto Supremo 0328 Art. (Intérpretes en medios de comunicación audiovisuales).	Sí Ley 341 de participación La CPE Art. 241. Participará en el diseño de las políticas pública	Sí Art. 7 Los Gobiernos Indígena Originario Campesinos Autónomos
Chile Ley 18839	Sí Art. 12 subtítulo oculto para ser visualizado especialmente por personas con discapacidad auditiva.	Sí Ley 20.500 Asociaciones y participación ciudadana en la Gestión Pública de Chile Artículo 10 normas sobre contenidos, los ciudadanos podrán denunciarlo ante el Consejo	Sí Art. 12 sistema escalonado de beneficios, de manera de favorecer especialmente la difusión de la programación de concesionarios regionales, locales y locales de carácter comunitario. Ley 20433 Servicios de radiodifusión comunitaria ciudadana (Radio)
Colombia Ley 1979	Sí Resolución ANTV 350 de 2016. Derechos de la población sorda e hipo acústica	Sí Actualización normativa en materia de protección al televidente y participación ciudadana. Art. 28. Promover y reglamentar lo atinente a la participación ciudadana en los temas que puedan afectar al televidente, especialmente lo referido al control de contenidos audiovisuales	Sí Decreto Legislativo 658 de 2020. Servicio de televisión étnica y afrocolombiana Resolución 650 DE 2018 (junio 06) Servicio de Televisión Comunitaria
Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Sí Art. 37. Traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema braille.	Sí Art. 10 podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación Art.13. facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación. Art. 38.- Participación ciudadana. - La ciudadanía tiene el derecho a organizarse libremente a través de veedurías, asambleas ciudadanas, observatorios u otras formas organizativas, a fin de vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación.	Sí Medios de comunicación comunitarios Art. 85, Art. 110.
Uruguay Ley 19307	Sí Ley N 17.817 de 2004 Lucha contra el racismo, la xenofobia y la discriminación. Art. 36 deberán brindar parte de su programación acompañada de sistemas de subtítulo, lengua de señas o audio descripción, en especial los contenidos de interés general como informativos, educativos, culturales y acontecimientos relevantes.	Sí Art. 27 (Derecho a la participación ciudadana). Garanticen la participación ciudadana en el proceso de elaboración y seguimiento de las políticas públicas para los servicios de comunicación audiovisual. Artículo 84 Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo, tiene el cometido de defender y promover los derechos de las personas	Sí Ley N 18.232 Derecho a libertad de expresión. Art. 58 Radiodifusión comunitaria
Honduras	No se especifica	No se especifica	No se especifica

Nota. La tabla muestra la importancia de asegurar espacios para la participación diferentes grupos en el ecosistema mediático.

En los casos analizados se comprueba que los derechos de las personas con capacidades diferentes, ha tenido un avance significativo referente a la inclusión en espacios televisivos. La Tabla 11. Inclusión social detalla que Ecuador asume la responsabilidad de adoptar políticas públicas que permitan la investigación, para mejorar el acceso preferencial de las personas con discapacidad a las tecnologías de información y comunicación. El resto de países identifican la importancia de la temática y piden a los medios colocar subtítulos, lenguaje de señas por medio de intérprete y/o audio descripción. Estas normativas no solo permiten incluir a estos grupos, pero también representa que el medio puede alcanzar a nuevas audiencias.

Una característica de los Gobiernos de ideario de izquierda, es que promueven el poder popular y la participación ciudadana. Se definen a sí mismos, cómo el Gobierno de la gente, y es por ello, que la tabla inclusión social evidencia que todos los países han sancionado leyes que promueven este principio de participación. En Bolivia, el compromiso es que las entidades del Estado deben generar espacios de participación y control social por parte de la sociedad. Ecuador ha creado el consejo ciudadano de los medios públicos que se rige bajo su Ley de Participación y Control Social y donde sus miembros no son remunerados y que lo que se busca es la participación voluntaria. Chile promueve las Asociaciones y participación ciudadana para que puedan realizar denunciar ante en CNTV si consideran que algún contenido televisivo es ofensivo.

Los medios comunitarios por muchos años estuvieron casi silenciados por no contar con un amparo legal que defendiera su trabajo con y por la comunidad. Este panorama ha ido cambiando, aunque la radio es la que más se ha desarrollado, la televisión tiene ahora un espacio para grupos especiales. Bolivia es quien mejor representa este modelo de televisión comunitaria, puesto que el 44% de su población pertenece a una etnia. Sus leyes contemplan

apartados que fomentan la participación activa, de campesinos e indígenas y les es asignado una cuota adicional del espectro radioeléctrico, “social comunitario, hasta el diecisiete por ciento y Pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afro bolivianas hasta el diecisiete por ciento”.

Colombia, al poseer una gran población afrodescendiente incorpora el elemento “etnoeducación” en los medios comunitarios, esta iniciativa es apoyada por el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Ecuador, tiene un programa para desarrollar estos medios, donde pueden optar a créditos preferenciales para la compra de su equipo, aplica a ellos exenciones de impuestos y tienen acceso a capacitaciones para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de sus medios comunitarios. Chile tiene como límite que un medio comunitario solo pueda tener 1 licencia y Uruguay creó el Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria para asesorar y velar por su correcto funcionamiento.

Relacionado a Honduras: Solo el canal del Estado, Televisión Nacional de Honduras y SuyapaTV que es el medio de comunicación de la Iglesia Católica de Honduras, incorporan dentro de su programación espacios para que las personas con capacidades especiales puedan participar, se coloca un intérprete a cuadro para que doble la información al lenguaje de señas.

Sobre los espacios de participación, es HCH TV Digital, el único canal que ofrece abiertamente espacios en su pantalla para que las personas participen y denuncien. El ciudadano se presenta en los estudios del canal, sin cita previa y pide un espacio para hacer una denuncia, rifa, comunicado, etc. Previo a una breve entrevista con un periodista, se procede a dar un espacio al aire para que plantee su situación. Este modelo de TV, es la que le ha asegurado a HCH los más altos niveles de rating a nivel nacional.

Referente a la parte legal, existe en el país la Ley de participación ciudadana aprobada en el Gobierno de Manuel Zelaya de ideario de izquierda y quien formó parte del ALBA. Esta ley establece dentro de los mecanismos de participación: el plebiscito, referéndum, cabildos abiertos municipales y las iniciativas ciudadanas (Poder Ejecutivo, 2006). Esta ley no se relaciona directamente a la participación ciudadana en la televisión, pero ofrece un amparo legal ya que se pueden crear programas como iniciativas ciudadanas.

Los medios comunitarios en el país han tenido un desarrollo lento, se resalta el trabajo realizado por la Red de Comercialización Comunitaria Alternativa (RED COMAL), Integrada por 36 organizaciones que desarrollan iniciativas de comunicación comunitaria (radio, televisión, centros de producción y prensa digital), trabajan en actividades de información, formación e incidencia. Este programa tiene como cooperantes a AECID, Ecoviva, Federación Luterana Mundial, FIDA invertir en la población rural, CAFOD just one world y al Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura. (RED COMAL , 2021).

La Asociación Mundial de Radios Comunitarias–América Latina (AMARC-ALC, 2021), difundió un comunicado de la RED COMAL que indica:

Durante muchos meses hemos vivido vigilancia y seguimiento por parte de la CONATEL, lo que se constituye en una persecución sistemática con miras al cierre de nuestros medios de comunicación, que son el espacio por donde se transmiten las clases para los niños, niñas y jóvenes de las comunidades. Además, de ser el espacio de la promoción y defensa de los derechos humanos, son el medio de expresión, propuestas y denuncias de los ciudadanos excluidos de otros medios

También denuncian que el espectro radioeléctrico no es asignado de manera equitativa y que existe una concentración de la información en pocos grupos de poder económico. Indican que CONATEL les ha negado frecuencias, y establecen que de continuar estas medidas antidemocráticas acudirán a instancias internacionales y harán manifestaciones pacíficas.

4.6.5 Espectro radioeléctrico

Tabla 17. Variable espectro radioeléctrico

Variable: Espectro radioeléctrico							
País	Ente regulador del espectro	Obligaciones de los licenciatarios	Asignación de frecuencias	Renovación y período de licencia	Transferencia de licencias	Tipos de sanciones	Ayudas y exenciones
Bolivia Ley 165	Nombre Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT)	Normativa legal Art. 9,7,11,26	Licitación o destinado por el Estado	Tiempo 15 años y 1 renovación de 15 años	No se permite	Mixtas. Leves a muy graves	Sí aplica Exenciones de pago de tasa por uso de frecuencia
Chile Ley 18839	Nombre La Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Normativa legal Reglamento de servicios de Telecomunicaciones	Licitación pública	Tiempo 25 años duración de la licencia (indefinido en otros)	No se permite a medios comunitarios	Mixtas. Leves a muy graves	Sí aplica Exenciones de pago de tasa por uso de frecuencia
Colombia Ley 1979	Nombre Agencia Nacional del Espectro (ANE)	Normativa legal Política pública del espectro 2020-2024	Subasta Licitación pública operadores zonales	Tiempo 20 años y 1 renovación de 20 años 10 años prorrogables para operadores zonales	No se especifica	Mixtas. Leves a muy graves	Sí aplica Exenciones de pago de tasa por uso de frecuencia
Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Nombre Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (ARCOTEL)	Normativa legal Plan Nacional de frecuencias	Concurso público	Tiempo 15 años y 1 renovación de 15 años	No se permite	Mixtas. Leves a muy graves	Sí aplica Exenciones de pago de tasa por uso de frecuencia
Uruguay Ley 19307	Nombre Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC)	Normativa legal Ley 18.232 y diferentes art. 92,98, 100,97 y 94	Llamado público y abierto	Tiempo 15 años y 1 renovación de 10 años	No se permite	Mixtas. Leves a muy graves	Sí aplica Exenciones de pago de tasa por uso de frecuencia
Honduras	Nombre Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)	Normativa legal Reglamento General de la Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones	Licitación	Tiempo 25 años	Si se permite	Mixtas. Leves a muy graves	No aplica

Nota. En esta tabla se muestra la variable del espectro radioeléctrico aspecto mejor regulado en la industria televisiva y radial.

En materia de regulación y organización del espectro radioeléctrico, todos los países estudiados en esta tesis muestran una larga trayectoria en sus normativas. Lo primero que se reguló y organizó en televisión y radio fue el uso y asignación de licencias en el espectro radioeléctrico. Estos casos estudiados, tienen un ente nacional que regula, administra, asigna y sanciona sobre el uso correcto de las telecomunicaciones a través del espectro. Sobre este último se utiliza la figura de multa, sanción, infracción (leve, grave, muy grave) y revocación de autorización o licencia por incumplimiento de la ley.

La regulación de las obligaciones de los licenciarios comprende desde los pagos por asignación y uso del espectro radioeléctrico, así como de tener el deber de colaboración para remitir documentación que el Ente regulador de espectro solicite. También, se les exige la buena disposición para permitir realizar inspecciones de infraestructura en sus casas televisivas y estaciones de radio, deben de emitir una buena señal para que las audiencias reciban un correcto servicio, tienen la responsabilidad de integrarse a las cadenas nacionales y asegurar la continuidad del servicio, entre otros. Cada ente regulador se rige bajo una ley o decreto de creación y por reglamentos o políticas públicas de espectro.

Sobre la asignación de frecuencias, en promedio se arriendan por medio de concursos públicos o licitaciones, pero también hay casos como el de Colombia que son asignados al presentar proyectos y a “selección objetiva entre los que participen en la subasta”. Claro está que el obtener una licencia, demanda en primer lugar el poseer un gran respaldo económico por las implicaciones legales, de infraestructura, personal, mantenimiento, producción, entre otros, y, en segundo lugar, tener la bendición y la buena disposición de las autoridades para que se les asigne este bien público.

Para el caso de Bolivia, la televisión comunitaria e indígena tiene una mayor protección en la ley 164, las licencias son otorgadas de manera directa para el Estado, mediante licitación pública y puja para el sector privado-comercial y por convocatoria a concurso de proyectos para los medios social-comunitarios e indígenas; sólo en este último caso, se contempla el criterio de calidad para proceder a la correspondiente asignación de una frecuencia.

Cuando una frecuencia es asignada a un medio de comunicación por medio de un contrato, existe el compromiso de pagar un alquiler (en Uruguay se discute el eliminar el pago de este servicio), por utilizar este bien escaso y público. El uso del espectro radioeléctrico legalizado por medio de la asignación de una licencia, debe de ser monitoreado y regulado. Por ejemplo, la figura de subarriendo, venta y transferencia de frecuencia a terceros debe de estar restringido ya que son los ciudadanos los dueños de este bien y deben de tener dominio sobre el mismo, por su parte el Estado funge como un administrador a nivel central, es quien lo arrienda.

Para el caso de Chile, se cuestiona que la Universidad pública tiene alrededor de 27 frecuencias en concesión y lo arrienda a terceros, esto no es permitido para las concesiones locales de carácter comunitario, estos son indelegables y se prohíbe su transferencia, venta o cualquier forma de cesión directa o indirecta.

En promedio una vez asignada la licencia, se puede hacer uso de esta por 15 años con opción a renovarla por una vez, posteriormente se deberá de concursar por una nueva licencia, cumpliendo con los requisitos de la ley. El país que tiene el período de uso de licencia más alta es Chile con 25 años y el de menor tiempo es Uruguay con 15 años de uso y renovación por 10.

Referente a la distribución de licencias, para el caso de Ecuador está asignado según clasificación: Estado, hasta el treinta y tres por ciento; Comercial, hasta el treinta y tres por ciento; Social comunitario, hasta el diecisiete por ciento y pueblos indígenas originario campesinos, y las comunidades interculturales y afro bolivianas hasta el diecisiete por ciento. Bolivia incorpora una cuarta categorización, la de pueblos indígenas originarios campesinos, y las comunidades interculturales y afro bolivianas asignándoles hasta el diecisiete por ciento. En Chile, no se asignan frecuencias según su clasificación. Su segmentación de TV se realiza según cobertura: nacional, regional, local o local de carácter comunitario.

En general se identifica que el Ente regulador de espectro es quien tiene la facultad de aplicar las sanciones y multas, a su vez, es quien determina según ley y reglamentos que canales pueden optar a ayudas o exenciones. Prioritariamente estas exenciones de pago de alquiler de frecuencia están asignados a los canales públicos y comunitarios. No se registra un programa sólido de ayuda ni de formación continua técnica para los canales de clasificación privada.

Relacionado a Honduras: La Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL, es el ente encargado de la administración, supervisión y regulación del uso correcto del espectro radioeléctrico en Honduras, desconcentrada de la Presidencia de la República con independencia administrativa, técnica, presupuestaria y financiera (Poder Ejecutivo, 2013). Tiene acuerdos Internacionales con diferentes organismos, entre ellos: La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), La Comisión Técnica Regional de Telecomunicaciones (COMTEL CA) Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL), Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones (REGULATEL), lo que provoca que la legislación nacional deba de estar en continua revisión para adaptarla a las disposiciones internacionales.

A diferencia de los países estudiados en esta tesis, la ley en Honduras si permite la transferencia de licencias previa autorización de CONATEL (2002), expresado así en su reglamento:

Artículo 94. Las concesiones, permisos, registros y licencias, durante el plazo de su vigencia, podrán ser transferidos, siempre y cuando los servicios se encuentren en operación y el nuevo titular reúna los requisitos necesarios, cumpla con las disposiciones que la ley exige para la prestación de este tipo de servicios y se cuente con la previa autorización por escrito de CONATEL. Las concesiones podrán ser transferidas, conjuntamente con sus licencias, sujeto a lo dispuesto en el Contrato de Concesión. (pág.27)

Sobre el otorgamiento de concesiones, el Reglamento General de la Ley Marco de Telecomunicaciones de CONATEL indica en el Artículo 114, que se conceden por medio de licitación pública, el plazo de dicha concesión es de 25 años, pudiendo ser prorrogable (Art. 118). Sobre las sanciones, estas son desde multas hasta la clausura de instalaciones y establecimientos, como el decomiso de equipo, conforme a las normativas con la ayuda de la Fuerza Pública (Art. 43).

Se identifica que las obligaciones de los licenciatarios son iguales que en el resto de países estudiados en esta tesis. Comprende el cumplir con las obligaciones de pago de derecho de uso, tarifas y alquiler mensual, ofrecer un servicio de calidad por medio de su señal, brindar toda información que CONATEL requiera en tiempo y forma, permitir inspecciones por parte del Ente regulador, adoptar medidas para garantizar la inviolabilidad y el secreto de las telecomunicaciones, aplicar y respetar los reglamentos y leyes que rigen el sistema.

Por medio de la resolución NR016/13 (CONATEL , 2013), Honduras adoptó el estándar de Radiodifusión Digital de Servicios Integrados- Terrestre Brasil (ISDB-Tb Integrated Services Digital Broadcasting-Terrestrial Brazil), Reconocido por la UIT. Posteriormente, la resolución NR019-13 (CONATEL, 2019), aprobó el Plan Nacional de Transición del Servicio de Radiodifusión de Televisión Analógica a Televisión Digital, de señal abierta de libre recepción que define las condiciones básicas para prestar el Servicio denominado TTD- Televisión Terrestre Digital.

Vía resolución NR004-19 (CONATEL, 2019) acordó realizar el apagón analógico el 27 de abril 2020, por motivos de la pandemia de COVID-19, se ha pausado este proceso hasta nuevo aviso. Bustillo (2020) indica que en Honduras son 431 transmisores los que hay a lo largo de todo el territorio nacional, estos están en poder de 102 operadores (dueños de estaciones televisivas), de los 431 son 190 los que no han migrado a la tecnología digital.

No se registra en el plan de transición de TV análoga a digital, apartados que especifiquen sobre temas como: tratamiento de desecho de equipo analógico, concentración de licencias, restricciones antimonopólicas, cuotas de programación, o ayudas. Este plan TTD especifica que los costos de transición los debe de asumir cada operador e indica sobre la nueva ordenación.

4.6.6 Órgano regulador y de monitoreo

Tabla 18. Variable órgano regulador y de monitoreo

Variable: Órgano regulador y de monitoreo					
País	Composición y estructura	Competencias y atribuciones	Elección de directivos	Financiación	Tipos de sanciones
Bolivia Ley 165	La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT) y un Comité Nacional Contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación. La ATT y la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (AEMP) entes responsables para ejecutar las leyes antimonopólicas.	Sancionador	Político	Mixta Estatal e ingresos por multas, sanciones y prestaciones de servicio propias.	Mixta de leves a graves
Chile Ley 18839	Consejo Nacional de Televisión (CNTV)	Sancionador	Político	Mixta Estatal e ingresos por multas, sanciones y prestaciones de servicio propias.	Mixta de leves a graves
Colombia Ley 1979	Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)	Sancionador	Concurso público y político	Mixta Estatal e ingresos por multas, sanciones y prestaciones de servicio propias.	Mixta de leves a graves
Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Superintendencia de Comunicación e Información (SUPERCOM) (Eliminada en 2019) Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM)	Sancionador Actualmente derogado	Político	Estatal Presupuesto General del Estado	Mixta de leves a graves
Uruguay Ley 19307	Consejo de Comunicación Audiovisual y apoyo de otros organismos.	Sancionador	Político	Mixta Estatal e ingresos por multas, sanciones y prestaciones de servicio propias.	Mixta de leves a graves
Honduras	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica	No aplica

Nota. En esta tabla se muestran los órganos que regulan la emisión de contenidos y las competencias que posee, así como su fuente de financiación y los tipos de sanciones e infracciones que aplica.

En el ecosistema mediático son dos áreas las que se deben de supervisar, regular y sancionar. La primera, es asegurar el correcto uso y asignación del espectro radioeléctrico, ya que es un bien público y escaso, y el segundo, controlar los contenidos e información que

se transportan por medio de esa frecuencia asignada. La regulación en emisión de contenidos es el área que mayor oposición y resistencia tiene por parte de empresarios y algunos comunicadores y políticos, debido a los grandes intereses que se juegan y porque los medios de comunicación ejercen una poderosa influencia sobre las sociedades.

Los cinco países estudiados han creado entes que realizan tareas de supervisión y regulación de emisión de contenidos, para cumplir con esta función, dichos entes poseen la facultad de aplicar sanciones a los medios de comunicación que no cumplan con los reglamentos y leyes del sector. Por otra parte, se identifica que a *grosso modo* la elección de los directivos de estos consejos es político, es decir, que el presidente o el congreso nacional aprueba el nombramiento de estos concejales por un periodo de 4 años en promedio.

En el caso de Bolivia, la regulación en emisión de contenidos le corresponde principalmente a la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT). La ATT se creó como una autoridad de fiscalización y control social, que tiene como fin garantizar los intereses y derechos de los consumidores y usuarios, promoviendo la economía plural, prevista en la Constitución Política del Estado. Esta institución tiene independencia administrativa, financiera, legal y técnica. Está compuesta por un director ejecutivo de la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Telecomunicaciones y Transportes y dos directores. Uno para el sector Telecomunicaciones y otro para el sector Transporte.

La ATT conformó un Consejo que está integrado por el ministro de Obras Públicas, Servicios y Vivienda o su representante, en calidad de presidente del Consejo, viceministro de telecomunicaciones, viceministro de transportes y dos representantes de organizaciones sociales y/o usuarios, este consejo es el responsable de supervisar y sancionar que la TV nacional boliviana, por ejemplo, cumpla con el 35% de producción nacional. Otra figura que

interviene en la regulación y control es la ATT en conjunto con la Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (AEMP), ente responsable para ejecutar las leyes antimonopólicas.

También, interviene en los procesos de regulación de contenidos el Comité Nacional Contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación, creado mediante la Ley 045. Tiene como propósito implementar políticas y normativas integrales contra el racismo y toda forma de discriminación. Según el Art. 8 está conformado por 7 representantes de Instituciones públicas, Organizaciones Sociales, Organizaciones Indígena Originaria Campesinas, Comunidades Interculturales y Comunidades Afrobolivianas, Organizaciones defensoras de los derechos de las mujeres, la juventud, la niñez y adolescencia, personas con discapacidad y sectores vulnerables de la sociedad, Otras instituciones y/o organizaciones defensoras de los Derechos Humanos y de la sociedad civil, La Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos de Bolivia y la Defensoría del Pueblo como órganos observadores y de acompañamiento técnico.

Estos miembros del comité son elegidos por el Viceministerio de Descolonización y Despatriarcalización, a través de su Dirección General de lucha contra el racismo y toda forma de discriminación, según reglamento interno. Sobre las sanciones, el Comité Contra el Racismo emite informes de gestión a la ATT y son estos quienes aplicarán las multas correspondientes según reglamento y ley (MinCulturas , 2021).

En Chile sobresale el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) creado en 1989, tiene como función velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión mediante la supervigilancia y fiscalización del contenido de las emisiones, es una institución autónoma que se relaciona con el presidente de la República por intermedio del Ministerio Secretaría

General de Gobierno, este último es el encargado de realizar los nombramientos de los consejeros.

Según el Art. 1 de la Ley 20750, los consejeros “deberán ser personas de relevantes méritos personales y profesionales, tales como: ser una persona que cuente con una reconocida trayectoria en el ámbito de la sociedad civil, de la cultura, de las artes o de las comunicaciones”, no podrán tener intereses económicos con empresas del rubro de telecomunicaciones.

El Consejo estará conformado por 11 miembros, un presidente del Consejo Nacional de Televisión quien dirige la institución y hace cumplir los acuerdos establecidos en el reglamento, es elegido directamente por el presidente de Chile, los otros 10 miembros son seleccionados por el presidente de la República, con acuerdo del Senado (Art. 2 Ley 18838). Durarán 8 años en sus cargos, podrán ser designados por nuevos períodos, y se renovarán por mitades, cada 4 años. Este consejo de 11 miembros, además, tendrá un vicepresidente del Consejo, un secretario general y un secretario ejecutivo con derecho a voz, y siete miembros consejeros. También este Consejo organiza y crea comités asesores en materia de televisión, para que den aportes que ayuden al correcto desarrollo y funcionamiento de la televisión.

La financiación del CNTV es mixta, por medio de una asignación acorde a la Ley de Presupuestos, donaciones y por la prestación de los servicios como arrendamientos, pagos de multas, entre otros. Se identifica como buena práctica que la CNTV posee una activa página web donde se destaca el apartado de denuncias, los ciudadanos solo deben de llenar un formulario online para colocar su queja, si se sienten ofendidos por algún contenido en la TV. La CNTV hace un seguimiento de las denuncias y posteriormente publica un ranking de quejas. De enero a agosto se registran 10,554 denuncias y se han tramitado 7,611. Por ejemplo, un ciudadano denunció el noticiero Meganoticias del canal Mega indicando que:

El conductor Rodrigo Sepúlveda “entrevista a ex Ministro Osvaldo Artaza, quien incita a hacerle la vida imposible a los no vacunados contra el COVID-19, que son un peligro andante y que la vacuna debería ser obligatoria; indica que las personas que no tienen completo el plan de vacunación deberían estar impedidas de trabajar, asistir a clases y trasladarse, coartando las libertades individuales. Esto genera odio y discriminación” (CNTV, 2021).

Cabe aclarar que la CNTV recibe las denuncias e inicia un proceso de fiscalización y según la sentencia o resolución se hará o no la aplicación de una sanción según reglamento.

Otra buena práctica de la CNTV es que realizan estudios sobre la programación transmitida, tanto a nivel nacional como regional, en ámbitos vinculados a la cultura, educación, medioambiente y demás materias de interés general y sus efectos sobre la formación de los niños, jóvenes y adultos (Art. 1 Ley 20750). Destacando la: X Encuesta Nacional de Televisión (2021). Este reporte indica que el 71% de los chilenos opinan que la TV abierta es el principal medio de información, y se resalta que, por primera vez, de todos los estudios que han realizado desde el 2013, las redes sociales igualan como plataforma informativa con un 70%. Este dato afirma la necesidad de abrir un debate democrático sobre la regulación y ordenación de las nuevas plataformas de *streaming* (Netflix, Amazon Prime, HBO Max, Disney+, entre otros), ya que un 42% de la población hace uso de estos servicios y la tendencia va en aumento.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) de Colombia tiene como misión la de “regular los mercados de comunicaciones bajo criterios de mejora normativa para proteger los derechos de la ciudadanía, promover la competencia, la inversión, la calidad de los servicios y el pluralismo informativo” (CRC, 2021). Se rige bajo el plan estratégico Institucional 2021-2025, que tiene como objetivos: cuidar el bienestar y los derechos de las

audiencias, gestionar a los grupos de valor por medio de la participación, fomentar el mercado y la competencia por medio de la inversión en los mercados comunicacionales, consolidar la innovación y mejora regulatoria e impulsar el fortalecimiento institucional. La financiación de este ente es mixta, por asignación presupuestaria estatal, donaciones y por la contribución de regulación de los operadores.

La CRC tiene la competencia de investigar y sancionar a los operadores, concesionarios de espacios y contratistas de televisión por violación del régimen de protección de la competencia, el pluralismo informativo y del régimen para evitar las prácticas monopolísticas previsto en la Constitución y otras leyes. La Comisión está conformado por ocho comisionados de la siguiente forma: un Comisionado elegido por los operadores públicos regionales del servicio de televisión, mediante el mecanismo que estos autónomamente determinen, un Comisionado de la sociedad civil elegido mediante concurso público adelantado por una Universidad Pública o Privada, un Comisionado del sector audiovisual elegido mediante concurso público, el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, un Comisionado designado por el Presidente de la República. Tres Comisionados elegidos a través de un proceso de selección mediante concurso público, en el que cualquier ciudadano de la sociedad civil que cumpla con los requisitos del presente artículo, pueda postularse. El periodo de esta comisión es de cuatro años, no reelegibles, con voz y voto.

Tomando en cuenta que el mercado audiovisual está en constante cambio e innovación, la CCR propone anualmente una Agenda Regulatoria. Este informe se ha publicado continuamente desde el 2005. En su versión 2022-2023, se realiza primero un estudio sobre las tendencias internacionales en política del sector, para identificar buenas prácticas referente a los objetivos institucionales de la CCR, seguidamente, se analiza la

situación actual del ecosistema mediático para finalmente proponer los puntos de trabajo para el próximo año.

Para el 2022-2023, se propone realizar un estudio sobre el impacto de sistemas de acceso para personas con discapacidad auditiva, actualizar las medidas de protección a la niñez y adolescencia, fomentar la diversidad de representaciones sociales en los contenidos audiovisuales que se producen y emiten en la televisión abierta en Colombia, realizar mediciones sobre la calidad de los servicios de telecomunicaciones, revisar las condiciones de los servicios de Telecomunicaciones Móviles, medir el pluralismo informativo y la independencia de los medios de comunicación, entre otros (CRC, 2021).

En el caso de Ecuador, la Superintendencia de Comunicación e Información (SUPERCOM), era el ente que regulaba la emisión de los contenidos y tenía competencias sancionadoras, fue creada por aprobación de referendo nacional. Sin embargo, en el 2019, fue eliminada y con él su reglamento de la Ley de Comunicación, por iniciativa del actual presidente Guillermo Lasso. Las funciones que ejercía este ente fueron trasladadas parcialmente al Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación (CORDICOM), quienes manejan el sistema de monitoreo de medios Videoma, que se adquirió por USD 1,6 millones (El Universo, 2018).

El periodista Vélez (2021) narra que la CORDICOM también está en proceso de ser eliminada y mientras se discute sobre su futuro, este trabaja en la elaboración de informes no vinculantes sobre posibles contenidos discriminatorios, violentos o sexualmente explícitos en la televisión ecuatoriana. En la actualidad, Ecuador está inmerso en la discusión de un nuevo proyecto de Ley de Libre Expresión.

En Uruguay, han desarrollado un sistema muy propio ya que existen varios entes que intervienen en la regulación. La Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (URSEC) realiza la fiscalización técnica y trabaja conjuntamente con el Consejo de Comunicación Audiovisual que tiene asignado supervisar y fiscalizar que se aplique la Ley 19.307 y su reglamento. Dentro de sus funciones se destaca que debe de promover la libertad de expresión y proteger los derechos de las audiencias y de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual. A este le apoya la Comisión Honoraria Asesora de Servicios de Comunicación Audiovisual, que actúa de forma independiente realizando informes y tiene como misión asegurar transparencia en la gestión y fomentar la participación ciudadana. La defensoría del público la realiza el Instituto Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del Pueblo, donde se tramitan las denuncias por parte de la ciudadanía. Aparece la figura del Defensor de la audiencia, es quien recibe y da seguimiento a las quejas de la ciudadanía cuando estos se sienten ofendidos por algún contenido en la TV.

Para los medios públicos se identifica: El Sistema Público de Radio y Televisión Nacional como servicio descentralizado (SPRTN) y le supervisa la Comisión Honoraria Asesora del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional, que actúa en forma independiente.

La elección de estos miembros del comité es ad honorem, por medio del Ministerio de Educación y Cultura, quien convocará en forma abierta para la presentación de candidaturas (Art. 20, decretos/160-2019), los interesados ciudadanos deberán de enviar su currículum y un documento en el que proyecte las características de su actuación, los valores a defender y sus metas y objetivos en relación a los sistemas de medios uruguayos. La ley indica que el candidato que reciba más votos será electo, pero no se especifica en el reglamento quiénes son los que votan (Art. 21 decretos/160-2019).

Según el artículo 71 de la Ley 19.307, el Consejo de Comunicación Audiovisual está integrado por cinco miembros, incluyendo un presidente, estos no podrán estar relacionados a empresas de telecomunicaciones y ni desempeñar otros cargos públicos a excepción de la docencia e investigación. En el Art. 72 se detalla que para ser elegido como miembro del Consejo los miembros deben de acreditar su experiencia para cumplir con las funciones de defender los derechos a la libertad de expresión e información. El Art. 76 indica que formarán parte del Consejo por seis años, pudiendo ser prorrogable, por única vez, por un período no mayor a tres años. A excepción del presidente que estará por 4 años.

La elección de sus directivos es político ya que no se realizan concursos públicos. El Art. 74 expresa que el presidente del Consejo es asignado por el presidente de la República de Uruguay en acuerdo con el Consejo de ministros, y los restantes cuatro miembros serán elegidos por la Asamblea General a votación de 2/3 (dos tercios), quienes conformarán una Comisión Especial de nueve miembros con representate de todos los partidos políticos para formular propuestas de candidatos para conformar los 4 miembros del Consejo de Comunicación Audiovidual.

El financiamiento de este órgano regulador es mixto, ya que depende de una asignación presupuestal estatal y recibe otros recursos de las multas aplicadas a los medios de comunicación, donaciones, pago de tasas y precios de los operadores, etc. Sobre su institucionalidad operará con autonomía técnica y depende del Ministerio de Industria, Energía y Minería.

En términos generales, se identifica que el sistema de sanciones, multas e incumplimientos opera de la misma manera para todos los países estudiados, cuando se recibe una denuncia, este es investigado y según su resolución se aplican sanciones que van desde: llamados de atención, multas y revocación de las licencias de operación. La financiación de

estos entes es por medio de una asignación presupuestaria estatal e ingresos del pago de multas de los licenciatarios.

Relacionado a Honduras: Esta variable no puede ser analizada, puesto que no existe un órgano que regule la emisión de los contenidos en la televisión, por la falta de un amparo legal (una ley de medios y su reglamento). Motivo por el cual, se realiza este estudio para identificar las buenas prácticas y finalmente proponer lineamientos generales para iniciar un proceso de regulación en la materia.

4.6.7 Televisión pública

Tabla 19. Variable televisión pública

Variable: Televisión pública			
Pais	Nombre del canal	Amparo legal de creación	Financiación
Bolivia Ley 165	Bolivia TV	Decreto Supremo N 78	Mixta
Chile Ley 18839	Televisión Nacional de Chile	Ley 19132	Privada
Colombia Ley 1979	Señal Colombia y Canal Institucional	Ley 335 y 3525	Mixta
Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Ecuador TV	Ley orgánica de comunicación LOC 2013 Art. 83 Medios de comunicación públicos de carácter oficial.	Estatal
Uruguay Ley 19307	Canal 5 - Servicio de Televisión Nacional	Ley 17556	Mixta
Honduras	Televisión Nacional de Honduras TNH	Decreto No. 35-2008	Estatal

Nota. En esta tabla se muestra la variable de la TV pública, su modelo de financiación y amparo legal de creación.

La Tabla 19. Televisión pública realiza un primer acercamiento y se evidencia que todos los canales de televisión estatales tienen un amparo legal de creación, en cuanto a la financiación predomina el modelo mixto, que consiste en que el Estado asigna una partida

presupuestaría y el canal genera fondos propios, por medio de alquileres, coproducciones, venta publicitaria y otras formas legales.

En el caso de Ecuador (Ecuador TV, 2021), su canal fue financiado por el Gobierno vecino de Venezuela, dotándole de 5 millones de dólares para su instalación. En la actualidad, de los países estudiados, Ecuador TV es el único que se financia por asignación presupuestaria Estatal y esto le ha asegurado su permanencia y calidad. Este canal entró en funcionamiento en el 2007, empezando la emisión de su señal el mismo día que se instaló la Asamblea Nacional Constituyente en Montecristi, Manabí. Mier y Coronel (2016) mencionan que, antes de la ley 2013, los medios públicos no figuraban en ningún artículo legislativo, además agregan que:

Ecuador TV nace con la perspectiva de estar vinculado a su propia industria de producción de contenidos con calidad, para compensar a la audiencia el patrimonio histórico y social que muchas veces había sido vulnerado por el importe de otras culturas y producciones audiovisuales de diferentes entornos que se habían transmitido en la televisión comercial. (pág. 711)

En el 2011, el canal recibió una certificación ISO. Marcelo del Pozo, director de Producción y Programación de Ecuador TV (2008-2016), afirma que el canal público tiene un estricto régimen de calidad, además ellos son de los pocos canales que compran equilibradamente programas del exterior y de producción nacional y tienen como premisa apoyar la producción independiente nacional (TV Parami, 2012).

Televisión Nacional de Chile (TVN , 2021), por su parte, es la antítesis de Ecuador TV, puesto que compite en el mercado como otro canal más, al poseer un sistema de autofinanciación. García (2020) destaca que actualmente este medio de comunicación se

encuentra en una situación lamentable. Recientemente anunciaron la venta de su edificio por 90 millones de dólares y desde agosto de 2019 hasta junio de 2020, se registraron 160 despidos. Becerra (2020) analiza que esto indica que se estaría buscando la privatización total del medio, en ese sentido, académicos y sindicatos exigen que se proteja este canal, y establece que es necesario que se formule una legislación específica para los medios públicos, para asegurar sus competencias como plataformas enfocadas en la ciudadanía y no en las audiencias.

Bolivia TV depende del Ministerio de Comunicación, junto con: Radio Illimani, Periódico Cambio, Agencia Boliviana de Información (ABI) y Radios de Pueblos Originarios (RPO). La TV pública se instaló en el país en 1969, con la Empresa Nacional de Televisión Boliviana (ENTB), que fue cerrada en el 2009 por problemas financieros.

Sandoval (2017) describe que, en abril del 2009, se instauró Bolivia TV. La ministra de Comunicación presentó en el 2013, un reporte que establecía que se ha logrado visibilizar a los pueblos indígenas originarios campesinos, ya que el 68% de su programación posee estos contenidos. La televisión pública en Bolivia responde a las necesidades de su ciudadanía y evidencia de esto es que emiten un noticiero llamado *Identidades* bajo el slogan del *primer noticiero en lengua originaria*.

Uruguay recientemente cambió su nombre de Televisión Nacional de Uruguay (TNU) a Canal 5. Actualmente se encuentra en una temporada de transformaciones, donde han renovado su imagen y contenidos. Asimismo, lanzaron el portal de medios públicos del Uruguay²⁵, que concentra dos estaciones de TV (5 y 8) y las cuatro radios públicas en un entorno digital (TV News, 2021).

²⁵ www.mediospublicos.uy

Una actividad loable a resaltar es la participación de la Universidad de la República de Uruguay (Udelar), que preparó un foro-debate titulado, ¿Hacia una Ley de Medios Públicos en Uruguay? En el debate se planteó la necesidad de crear una ley específica para los medios públicos uruguayos, alegando que la actual normativa no se está ejecutando a su cabalidad. Las dos líneas de discusión fueron: Cometidos y programación de los medios públicos nacionales y locales y Gobernanza, gestión y financiamiento de los medios públicos (Udelar, 2021).

A diferencia de muchos países latinoamericanos, en Colombia primero se instauró la TV pública. Señal Colombia y Canal Institucional TV operan bajo el Sistema de Medios Públicos RTVC. Una buena práctica que se identifica es que publican un informe anual de rendición de cuentas ante la ciudadanía, este tiene como fin resaltar los avances institucionales, las decisiones y los resultados de la gestión realizada. También, han anunciado un programa: Mercado de Coproducción 2021: ¡seamos socios!, que ha operado por 10 años consecutivos y que se define a sí mismo, como “un espacio creado para que productores independientes, industrias culturales, creativas y academia presenten sus proyectos al canal” (Señal Colombia Proyecta, 2021).

Relacionado al mercado de Honduras: Televisión Nacional de Honduras (TNH), posee un decreto de creación y es financiado con presupuesto estatal. Espinoza-Hulse (2019) en el artículo, Medios públicos en Honduras: una propuesta de desarrollo y buenas prácticas; narra sobre la creación de este canal, indicando que se instauró en el 2008 como una plataforma gubernamental para promover fines propagandísticos.

Su slogan actual es: más sensible, más humano, más cerca de ti. Dentro de su parrilla de programación se identifican foros, magazines, noticieros, programas educativos, programas preventivos en salud, deportivos y de entretenimiento. De igual forma, como

muchos medios de comunicación públicos, sus audiencias son bajas y no figuran dentro de las mediciones de rating. El reto que se plantea es que se deben de fortalecer estos medios públicos y promover la participación ciudadana y la producción audiovisual nacional.

Otros canales de televisión pública en Honduras son: UTV, el canal de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras, que se define a sí mismo, como el primer canal público educativo de Honduras. El Canal del Congreso Nacional (CNTV20), creado en el 2010 y cuya programación principal consiste en dar a conocer todo lo que se ejecuta en el parlamento hondureño, su slogan es: abierto, plural y democrático. Los militares tienen el canal Fuerzas Armadas TV, creado en el 2015, no tiene una frecuencia asignada y opera bajo el sistema de televisión por suscripción. Estos tres canales son financiados por sus respectivas instituciones y su enfoque es divulgar y dar a conocer el quehacer interno.

Radio Nacional de Honduras (RNH) fue instaurada por la junta militar en el siglo XX, pero según los registros de CONATEL su permiso de radiodifusión sonora es notificado a partir del 2003. Tiene una cobertura limitada, no posee decreto de creación y es financiado por partida presupuestaria asignada por Casa Presidencial. Al igual que TNH, su fin es el de difundir y dar a conocer los proyectos y actividades que ejecuta del Gobierno en turno.

4.6.8 Contenidos audiovisuales

Tabla 20. Variable contenidos audiovisuales. Obligaciones legales

Variable: Contenidos audiovisuales						
Pais	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Obligaciones legales para el aporte cultural, social y educativo.	Deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.	Están obligados a transmitir, a lo menos cuatro horas de programas culturales a la semana.	Obligatoriedad de dedicar tiempo de programación a temas de interés público. Crearán de manera permanente y en horarios de alta audiencia los espacios institucionales para la promoción de la unidad familiar y del civismo, la educación para luchar contra el consumo de droga.	Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente	Emitir un mínimo de dos horas por semana de programas de agenda cultural. Por lo menos el 50% (cincuenta por ciento) deberá estar dedicado a industrias creativas nacionales en horario de 19 y la hora 23. 15 minutos gratis diario para realizar campañas de bien público. Programar al año como mínimo dos películas cinematográficas de producción nacional	No se especifica

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a las obligaciones legales para el aporte sociocultural.

Las cinco normativas estudiadas expresan la importancia de que los medios de comunicación contribuyan a promover los valores morales y éticos en la población. Para el caso de Bolivia, su Constitución establece que se prohíbe y sanciona toda forma de discriminación fundada en: razón de sexo, color, edad, orientación sexual, identidad de género, origen, cultura, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, filiación política o filosófica, estado civil, condición económica o social, tipo de ocupación, grado de instrucción, discapacidad, embarazo, u otras que tengan por objetivo o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos de toda persona.

Chile y Uruguay son los países que establecen un mínimo de horas para promover una agenda cultural. Chile instituye las normas sobre la transmisión de programas culturales, imponiendo una cuota mínima de cuatro horas de programas de este género a la semana, dos de esas cuatro horas deberán de transmitirse en horario de alta audiencia. Uruguay indica que deben de transmitir dos horas a la semana y detalla que programación cultural es aquella que promueve el teatro, danza, artes visuales, museos y patrimonio, música, libros, cine, videojuegos, diseño, entre otros. Una hora debe de ser dedicada a las industrias culturales nacionales y debe de ser transmitida entre las 19 y 23 horas. También, piden 15 minutos gratis diarios, para difundir campañas de bien público y al año deberán de proyectar mínimo dos películas de producción nacional.

En Colombia se puntualiza a que se dedique tiempo de programación a temas de interés público, en horarios de alta audiencia, no se especifica el tiempo en horas, sino que se establece que sea “de manera permanente”, según el artículo 55 de la Ley 1979.

En el caso de Ecuador, su Ley Orgánica de Comunicación fue derogada, pero se establecía en el Art.8 la prevalencia en la difusión de contenidos, en propender la calidad, difundir valores y los derechos fundamentales de la Constitución y acuerdos de Derechos Humanos Internacionales.

Relacionado a Honduras: No se especifica en el marco legal hondureño una obligatoriedad para producir contenidos según el aporte cultural y social en la televisión.

Tabla 21. Variable contenidos audiovisuales. Publicidad

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Publicidad	<p>Obligación: Ninguna</p> <p>Prohibición: No se puede publicitar bebidas alcohólicas de 9 a 21 horas.</p> <p>Límite: Diez minutos de propaganda diaria para cada partido político, 90 días antes de las elecciones.</p>	<p>Obligación: A transmitir campañas de interés público, los canales podrán cobrar por su exhibición.</p> <p>Prohibición: Publicidad inapropiada para menores de edad dentro del horario de protección.</p> <p>Límite: No se establece en su legislación.</p>	<p>Obligación: Ninguna</p> <p>Prohibición: Publicidad engañosa, con sanción económica</p> <p>Límite: Avisos clasificados (fotofija, música y voz "en off") no puede ser superior a tres minutos por cada media hora.</p>	<p>Obligación: Al menos el 10% del presupuesto anual destinado por los anunciantes privados para publicidad de productos, servicios o bienes que se oferten a nivel nacional en los medios de comunicación se invertirá en medios de comunicación de cobertura local o regional.</p> <p>Solo se permite 20% de imágenes extranjera en cada spot.</p> <p>Colocar un anuncio para que sus audiencias identifiquen el inicio y final de la pauta publicitaria. No se podrán realizar más de 4 cortes publicitarios por cada hora de programación.</p> <p>Reportar ingresos por venta de espacios políticos contratados.</p> <p>Prohibición: Suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa.</p> <p>Promoción de bebidas alcohólicas, cigarrillos y en horario de protección.</p> <p>Límites: Los medios audiovisuales de señal abierta</p>	<p>Obligación: Pautar campañas de bien público y Permitir publicidad electoral gratuita.</p> <p>Prohibición: Pautar publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes de contenido restringido en horario de protección. Es sancionada la publicidad subliminal.</p> <p>Límite: Podrán emitir un máximo de quince minutos de mensajes publicitarios por cada hora de transmisión</p>	<p>Obligación: Ofrecer igual de condiciones a los partidos políticos para anunciarse en periodo electoral.</p> <p>Prohibición: Pautar publicidad sobre el tabaco, alcohol y otras drogas en horario de protección infantil.</p> <p>Límite: No se establece en su legislación.</p>

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
				podrán difundir hasta un máximo de quince minutos de publicidad por hora de programación y dos minutos adicionales de auto promoción.		

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a la publicidad.

Todos los países estudiados se rigen bajo sistemas democráticos, donde la censura es rechazada, amparados bajo este principio, se identifica que las casas televisoras protegen la principal fuente de ingresos económicos para sus negocios, algunos países promueven los códigos de ética publicitaria como un sistema de autorregulación para evitar que el Estado aplique una ley estricta sobre la emisión de sus anuncios. Las leyes para este indicador de publicidad buscan regular la no promoción de consumo de bebidas alcohólicas y drogas en horario de protección infantil, promueven la transparencia en participación política en temporada de elecciones presidenciales y solo dos países de los cinco estudiados imponen un límite de 15 minutos de publicidad por cada hora de programa.

Chile posee la Ley 16643 sobre abusos de publicidad, en la que el 95% de sus artículos han sido derogados, la publicidad se rige principalmente bajo la Ley 19733 sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo. La CNTV restringe que se difunda publicidad inapropiada para menores de edad dentro del horario de protección, y su exhibición sólo podrá ser efectuada fuera de él. El Art. 9 establece que la publicidad de bebidas alcohólicas sólo podrá ser realizada fuera del horario de protección. Dentro de las

obligaciones se establece que los canales están obligados a transmitir campañas de interés público, diseñadas por el Ministerio Secretaría General de Gobierno, pero no de manera gratuita como en otros países de la región, los canales chilenos pueden cobrar por la pauta de estos anuncios a tarifa normal.

La publicidad en Chile tiene muy poca regulación estatal se aboga por la autorregulación y consciencia del medio, para ello se ha creado el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR, 2018) de carácter privado y sin fines de lucro. Este Consejo está integrado por: la Asociación Nacional de Avisadores (ANDA), Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), Asociación Nacional de Televisión (ANATEL), Interactive Advertising Bureau (IAB CHILE), Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP) y la Asociación Nacional de la Prensa (ANP). Se rigen bajo el Código Chileno de Ética Publicitaria que a grosso modo aboga por el respeto a la competencia, patrimonio cultural, evitar denigrar a las personas por su aspecto y creencias, no promover la violencia y conductas antisociales, cuidar la integridad física y mental de los menores, no promover la publicidad engañosa, entre otros.

Ecuador poseía una normativa estricta para regular la publicidad, establecía en su ley y reglamento que la SUPERCOM podía intervenir y suspender la publicidad en los medios de considerarla engañosa. Actualmente, existe la Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad (AEAP, 2021) que promueve la marca “Mucho Mejor Ecuador”, este consiste en impulsar los productos nacionales para recalcar su valor. Esta asociación no promueve activamente la autorregulación sino su sello que busca garantizar y dar un respaldo a la producción ecuatoriana de calidad.

El artículo 96 de la LOC indicaba que al menos el 10% del presupuesto de los anunciantes debía ser destinado a la inversión en publicidad de productos, pautándose en

medios de comunicación locales y regionales. Además, los canales estaban en la obligación de identificar los contenidos publicitarios, colocando las letras Pr. en pantalla y en cada spot tenía que ser producido con un 80% de imágenes nacionales. Al igual que Uruguay solo estaba autorizado 15 minutos de anuncios por hora de programación. La *Ley Orgánica de Control del Gasto Electoral y de la Propaganda Electoral*, indica en su artículo 23 que los medios de comunicación están en la obligación de reportar a los organismos electorales sus ingresos económicos por venta de espacios políticos contratados. Ecuador al igual que el resto de países, prohíbe la promoción de bebidas alcohólicas, cigarrillos y otras drogas en horario de protección infantil.

En el caso de Uruguay se establece en el art.18 que los medios de comunicación tienen el derecho de emitir mensajes publicitarios en formato tradicional y no tradicional, las disposiciones para el sector, es que solo se permiten 15 minutos de anuncios por hora de programa. Dentro de las obligaciones publicitarias figura que, los canales deberán de pautar gratuitamente en sus medios “campañas de bien público” desarrolladas por instituciones públicas. Asimismo, exige que se brinden espacios gratuitos a políticos de manera equitativa para que la población conozca las diferentes ofertas y posturas, detallado en el artículo 142 publicidad electoral:

Los espacios gratuitos se otorgarán durante todo el período autorizado para realizar publicidad electoral, de conformidad con el artículo 1° de la Ley N° 17.045, de 14 de diciembre de 1998, y tendrán una duración igual al 60% (sesenta por ciento) del tiempo destinado a mensajes publicitarios en cada hora de transmisión.

Sobre las restricciones, el artículo 61 del decreto/160-2019, establece que al inicio y final de los espacios publicitarios se debe de colocar una placa visual y sonora. El canal es sancionado si emite publicidad encubierta o subliminal (Art. 140, lit. E), y si vulnera la

protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, según los horarios de transmisión y contenidos no aptos para menores (pornografía, truculencia, apología al odio, drogas, violencia, racismo, narcotráfico, etc.)

En el caso de Bolivia no hay una normativa vigente que exija a los medios de comunicación el difundir publicidad gratuita de interés general. Se reconoce a la Asociación Nacional de Anunciantes Bolivia (ANDA, 2021), que promueve la autorregulación publicitaria y que tiene como principio que “los anuncios deben ser honestos y veraces y respetar las leyes del país”.

La regulación publicitaria se detalla también en el *Reglamento de Propaganda y Campaña Electoral*, fundamentada en la Constitución Política del Estado, la Ley 018 del Órgano Electoral Plurinacional, la Ley 026 del Régimen Electoral y la Ley N 1096 de Organizaciones Políticas, establece que los spots en televisión solo pueden tener una duración máxima de 10 minutos al día para cada partido político o alianza, y podrán ser pautados 90 días antes de las elecciones (Tribunal Supremo Electoral , 2020).

Otra normativa es establecida en el *Reglamento en Aplicación del Derecho a la Información y Prevención de Publicidad Engañosa o Abusiva de los Servicios y Productos Ofertados*, indicando que si un medio de comunicación difunde publicidad engañosa o abusiva que no garantice una vida digna y saludable para la población boliviana, será el Viceministerio de Defensa de los Derechos del Usuario y del Consumidor, quien procederá a entregar una boleta de sanción y si el medio de comunicación es reincidente en su falta, se impondrán multas pecuniarias (Viceministerio de defensa de los derechos del usuario y del consumidor, 2015). Asimismo, según la *Ley de Control al Gasto y Consumo de Bebidas Alcohólicas* se prohíbe emitir publicidad de bebidas alcohólicas en el horario de 09:00 a 21:00 horas (Asamblea Legislativa Plurinacional, 2012).

Finalmente, Colombia cuenta con la Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria (CONARP, 2021), fundada por representantes de la Unión Colombiana de Empresas Publicitarias (UCEP), la Asociación Nacional de Anunciantes (ANDA) y la International Advertising Association (IAA), estos indican que operan bajo “códigos de autorregulación publicitaria, a través de flexibles y eficaces mecanismos de respeto”. Sin embargo, en el 2018 la ANDA tuvo diferencias con la UCEP y ambos determinaron adoptar un nuevo sistema de autorregulación, dicho de otro modo, no hay en el país un código general de autorregulación publicitaria.

La Ley 182 de 1995 y 1978 del 2019 no explica cuáles son los controles específicos para la publicidad en televisión y solo se detalla que:

...publicidad en el servicio de televisión, no serán objeto de censura ni control previo. Sin embargo, los mismos podrán ser clasificados y regulados por parte de la Comisión Nacional de Televisión, con miras a promover su calidad, garantizar el cumplimiento de los fines y principios que rigen el servicio público de televisión, protegen a la familia, a los grupos vulnerables de la población, en especial los niños y jóvenes, para garantizar su desarrollo armónico e integral y fomentar la producción colombiana.

Desde el 2005 vía Acuerdo de la CNTV 05, se derogaron los límites de tiempo en los anuncios comerciales dentro de un programa, antes se estipulaba “un máximo de siete minutos por cada treinta minutos de emisión, o proporcional por fracción, distribuidos hasta en tres cortes”, en la actualidad no hay una restricción para ello. Si se regulan los avisos clasificados (Art.21), permitiendo la duración total dentro de un programa, no superior a tres minutos por cada media hora (Comisión Nacional de Televisión, 2005).

Por otra parte, la Superintendencia de Industria y Comercio, promueve la *Ley 1480 Estatuto del Consumidor* (2011) y en el artículo 30 destaca las sanciones por publicidad engañosa en cualquier plataforma de comunicación. En el 2016 las “multas impuestas por publicidad engañosa ascendieron a los 6.500 millones y corresponden al 74% de la totalidad de las sanciones que ha impuesto la Delegatura para la Protección al Consumidor”. En Colombia las leyes y reglamentos sobre la publicidad no son rigurosos y se aboga prioritariamente por la autorregulación y la responsabilidad ética de los anunciantes para no engañar a la gente y defraudar a los clientes (Superintendente de Industria y Comercio, 2016),

Relacionado a Honduras: Se identifican dos leyes que regulan los espacios publicitarios en televisión, uno relacionado al tabaco y drogas y el segundo dirigido a normar de alguna forma la propaganda electoral. La Ley Especial para el Control del Tabaco (2010) establece en el artículo 23 lo siguiente:

Queda prohibida toda forma de publicidad por radio, TV, medios escritos, la publicidad para el tabaco y sus productos, así mismo, los patrocinios publicitarios a menores de edad, las promociones para el tabaco y sus productos comerciales o ventas con descuentos, premios u obsequios.

Para las bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas, el Instituto Hondureño para la Prevención del Alcoholismo, Drogadicción y Farmacodependencia (IHADFA), en amparo con la Ley Acuerdo número 03-95, establece lo siguiente:

El IHADFA mantendrá campañas de publicidad por los medios de comunicación en todo el país, con el fin de orientar a la población en general mediante programas educativos, culturales y recreativos como medidas de prevención contra la venta, uso,

abuso y consumo de bebidas alcohólicas, productos del tabaco y otras drogas que generan dependencia, para lo cual hará uso de los recursos siguientes:

De los mensajes de prevención que los medios de comunicación existentes en el país incluirán como donación al IHADFA, equivalentes a un treinta por ciento (30%) como máximo del espacio de cada anuncio publicitario de bebidas alcohólicas o productos del tabaco.

Está prohibida la publicidad y propaganda de los productos a que se refiere el numeral anterior, los sábados, domingos y días feriados por los medios de comunicación impresos, cines, teatros, circos, radio, televisión y similares. Y en los programas infantiles y secciones deportivas de tales medios.

No se pueden anunciar en las horas comprendidas de seis de la mañana a ocho de la noche, exceptuándose aquellos programas de televisión y radios dirigidos exclusivamente a una audiencia adulta, los que deberán incluir los mensajes y la información respectivos. (Poder Ejecutivo, 1995).

Artículo 179.- El Instituto Hondureño para la Prevención y Tratamiento del Alcoholismo, la Drogadicción y Farmacodependencia (IHADFA), cooperará con las autoridades competentes en el comiso y destrucción de todo material escrito, televisiva, fotográfico y cinematográfico, radial o computarizado que incite a la drogadicción, al alcoholismo o al tabaquismo. Denunciará, igualmente, tales hechos ante el Ministerio Público y demás autoridades competentes.

Sobre la propaganda política en temporada de elecciones. La Ley Electoral y de las Organizaciones Políticas (LEOP) (Poder Ejecutivo, 2017), está relacionada a la Ley de Financiamiento, Transparencia y Fiscalización a partidos políticos y candidatos de Honduras

(Ley de política limpia), que busca fiscalizar la inversión en campaña y comunicación política, para los que aspiran a un cargo de elección popular.

Estas leyes establecen que la campaña electoral solo puede realizarse 50 días antes de las elecciones internas y 90 días antes a las elecciones generales, pero solo es aplicado para espacios públicos y en medios de comunicación tradicional, para este último no se reglamenta sobre contenidos y duración. El uso de las redes sociales no está regulado, así que, muchos políticos *bombardearon* Facebook, Instagram y YouTube con propaganda durante estas fechas, también contrataron *influencers* nacionales para que en sus redes sociales publicaran videos y fotos en apoyo a X o Y candidato, antes, durante y después de las elecciones.

Estas normativas también piden a los medios de comunicación que la difusión de campañas se realice bajo un principio de equidad, imparcialidad y legalidad. Y que se ofrezca igualdad de oportunidades a cada partido político, para que presenten en pantalla de TV sus propuestas y planes. También, los canales están obligados a declarar su balance de ingresos por pago publicitario, detallar los espacios gratuitos que cedieron a los partidos políticos y se suspende la propaganda del Gobierno en turno.

Tabla 22. Variable contenidos audiovisuales. Cuota de programación

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Cuota de programación	Decreto Supremo 3152. Disposición transición temporal tercera. El 35% de la programación debe ser de producción nacional diaria	Ley 18838 Art. 13 d) Fijar, de manera general, un porcentaje de hasta un 40% de producción chilena en los programas que transmitan los canales de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción.	Decreto 516 Art. 33 Canales nacionales. De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A), el 70% de la programación será producción nacional. De las 22:30 horas a las 24:00 horas, el 50% de la programación será de producción nacional. De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el 100% de la programación será libre. De las 10:00 horas a las 19:00 horas el 50% será programación de producción nacional.	Ley 164 Art. 36, 74 y 97 La producción nacional debe ser de 5% de su programación diaria, para saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianas y montubias Se exige una hora diaria, de teleeducación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias El 60% de la programación diaria en el horario apto para todo público, será para la difusión de contenidos de producción nacional. Se destinará un 10% de producción nacional independiente	Ley 19037 Art.60 A) 60% de la programación total emitida por cada servicio deberá ser de producción o coproducción nacional.	Decreto no. 60- 2020 Destinar 1 hora diaria de la programación a la Secretaría de Educación, para la teleeducación. Sancionado por emergencia sanitaria de COVID-19

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a las cuotas de programación.

La promulgación de leyes para regular la emisión de contenidos, tiene como objetivo también el preservar la cultura e identidad de los pueblos, una medida para lograrlo es establecer una cuota obligatoria de producción nacional. De los países objeto de estudio se identifica que Uruguay tiene la exigencia mayor con un 60% de producción nacional en los

canales locales, y el que tiene una exigencia menor es Bolivia con un 35% exigencia de emisión de contenidos locales.

Chile indica que los canales deben de producir el 40% de la programación y estas pueden ser: películas, documentales y cortometrajes de producción nacional independiente. Asimismo, instruye a los permisionarios de servicios limitados de televisión, siempre que sea técnicamente factible, que incorporen por lo menos cuatro canales regionales, locales o locales de carácter comunitario en sus respectivas grillas o parrillas programáticas.

Bolivia identificó la oportunidad para normar las cuotas de programación, gracias a la transición de TV analógica a TV digital, en el Decreto Supremo 3152 de 2017, dicta una cuota mínima de 35%, estableciendo así la cuota baja entre los países estudiados.

Por su parte, Uruguay exige a las casas televisoras un 60% de producción nacional sin contar la publicidad y autopromoción y emitir un mínimo de dos horas a la semana de estrenos de ficción televisiva o estrenos de películas cinematográficas y, de estos, al menos un 50% deberá ser de producción independiente proyectada en horarios de 19 y la hora 23.

Ecuador era el más estricto en normar la producción nacional, su ley aplicaba una protección para los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% en la programación diaria nacional. Los diferentes Ministerios y Secretarías podían disponer de una hora diaria en televisión nacional, para producir programas educativos sobre salud, derechos, y otros temas de interés general. El 60% de la programación total de un canal nacional debía ser de producción local y en horario apto para todo el público, adicional a ello, se debía de destinar un 10% a la producción nacional independiente. Finalmente, se identifica la disposición que los operadores de TV por suscripción, estaban en

la obligación de comprar los derechos de dos largometrajes de producción nacional independiente.

Relacionado a Honduras: Por motivos de la pandemia COVID-19, para facilitar el acceso a educación a niños y jóvenes, la Secretaría de Educación ideó la campaña, *Te queremos estudiando en casa*. Para apoyar esta iniciativa, el Congreso Nacional sancionó el Decreto no. 60- 2020, que establece que todos los canales de TV, deben de dar una hora diaria comprendida entre las 7:00 AM y 6:00 PM. Siendo CONATEL quien supervisa que esta disposición se cumpla (La Tribuna, 2020).

Tabla 23. Variable contenidos audiovisuales. Aviso de contenidos

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Aviso de contenidos	No se define	Deberán comunicar diariamente, mediante una advertencia visual y acústica, el fin del horario de protección y el inicio del espacio en que pueden exhibir programación destinada a público adulto.	Todos los canales nacionales, regionales, zonales y locales deberán anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad promedio apta para ver dicho programa	Todos los canales nacionales, regionales, zonales y locales deberán anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad promedio apta para ver dicho programa	Los programas no aptos para todo público deberán estar debidamente señalizados con signos visuales y sonoros al comienzo y durante su transmisión. Con un aviso explícito, excepcionalmente podrán incluirse imágenes de violencia excesiva en los noticieros.	No se especifica

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a los avisos de contenidos.

El indicador de aviso de contenido está amparado en la normativa de protección a la niñez, se busca informar y advertir al televidente sobre el contenido próximo a emitir, para que tome la decisión de consumirla o no. En este indicador, la alfabetización mediática juega

un papel importante. La UNESCO (2021) establece una serie de preguntas que se relacionan a la alfabetización mediática o informacional:

¿Cómo podemos acceder, buscar, evaluar críticamente, usar y aportar contenido de manera inteligente, tanto en línea como fuera de línea? ¿Cuáles son nuestros derechos en línea y fuera de línea? ¿Cuáles son los problemas éticos que rodean el acceso y uso de la información? ¿Cómo podemos relacionarnos con los medios y las TIC para promover la igualdad, el diálogo intercultural e interreligioso, la paz, la libertad de expresión y el acceso a la información?

Si las audiencias pueden responder a estas interrogantes, se asegura, en cierta medida, que la calidad de la información que reciban será mayor, ya que estarán en la capacidad de discriminar qué contenidos consumir y cuáles no.

Como se analiza en la Tabla 18. a excepción de Bolivia, que no se detalla en su normativa; Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay sí incorporan avisos sonoros y visuales antes de iniciar un programa, los avisos pueden incluir información de: si el programa contiene violencia, si es apto o no para todo público, si el programa contiene escenas sexuales, si se debe de ver con un adulto, etc. Utilizando el método de observación, se descubrió que Bolivia TV, si incorpora cortinillas previo al inicio de un programa para indicar su contenido.

Relacionado a Honduras: No se especifica en el marco legal hondureño una obligatoriedad para colocar en pantalla televisiva avisos de contenidos.

Tabla 24. Variable contenidos audiovisuales. Clasificación horaria

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Clasificación horaria	Horario de protección al menor de 6:00 a 21:00.	Horario de protección de los niños y niñas menores de 18 años, el que media entre las 06:00 y las 22:00 horas.	La franja comprendida entre las 7 a.m. y las 9:30 p.m. deberá ser para programas aptos para todos los públicos	La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. La franja horaria de responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00.	Establécese el horario de protección a niños, niñas y adolescentes todos los días de la semana desde la hora 6 a la hora 22.	No se especifica

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a la clasificación horaria.

La clasificación horaria es un sistema implementado para que los medios de comunicación organicen sus contenidos, de tal modo que se protejan a los niños para que no sean expuestos a programas de televisión con contenido que afecte su desarrollo mental, físico y espiritual. Se prohíbe la difusión de imágenes sexuales, violencia, amarillismo y otros contenidos que promueven los valores negativos y obsenidades.

En promedio se identifica que de los países objeto de estudio, los horarios de clasificación apto para todo público comprenden entre las 6 y 7 de la mañana y finaliza entre las 9 y 10 de la noche. Este horario se define, tomando en cuenta que los infantes duermen entre 9-12 horas, y así no se expondrán a contenidos que afecte su desarrollo integral.

Relacionado a Honduras: No se especifica en el marco legal hondureño una obligatoriedad de clasificación horaria para la Televisión. Se identifica que entre 6 a.m. a 9 p.m. no se puede promover anuncios de tabaco y drogas en protección a los infantes.

Tabla 25. Variable contenidos audiovisuales. Apoyo a la producción nacional.

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Apoyo a la producción nacional	Fondo de Fomento al Cine y Arte Audiovisual Bolivianos	Ley de Presupuestos del Sector Público contemplará los recursos necesarios para financiar la realización, edición y difusión de programas o suplementos de carácter regional	Fondo Único de TIC Fondo para el Desarrollo de la Televisión (FONTV)	Fondo de Fomento de las Artes, la Cultura y la Innovación.	Fondo de Promoción del Sector de Comunicación Audiovisual	Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (Fondecí)

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación al apoyo a la producción nacional.

El indicador cuota de programación establece la importancia de destinar espacios en la televisión para promocionar y divulgar los contenidos de carácter local. Sin embargo, para fortalecer la producción nacional es necesario establecer mecanismos de financiamiento, la Tabla 20 apoyo a la producción nacional recoge la existencia de estas medidas. Todos los países estudiados tienen un fondo para financiar proyectos independientes de producción audiovisual: el dinero proviene principalmente de partidas presupuestarias estatales, recolección del pago de multas y sanciones de los canales de televisión y proyectos internacionales que realizan donaciones. La adjudicación de proyectos se realiza por medio de concursos públicos, donde las bases y términos de referencia son publicados para que los interesados puedan concursar. Esta medida promueve la preservación de la cultura nacional

y fortalece otros sectores como el del doblaje de voz, artistas visuales, músicos, moda, hostelería, etc.

Relacionado a Honduras: La Ley de Cinematografía sancionada en el 2019, instaura la creación de la Dirección General Cinematográfica (DGC, 2021) como ente rector de las actividades cinematográficas en Honduras y opera bajo el Fondo para el Desarrollo Cinematográfico (FONDECI). Este fondo busca promover y apoyar la producción cinematográfica en el país.

Tabla 26. Variable contenidos audiovisuales. Protección infantil

Variable: Contenidos audiovisuales						
Pais	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Protección infantil	Ley 548 código niña y niño, adolescente.	Ley N 19.733 y Código Penal. Se prohíbe la divulgación de identidad de menores.	Ley 1341 de 2009. Promover, mediante la difusión de información, los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes, así como su bienestar social y su salud física y mental.	Código de la niñez y adolescencia, publicado por ley 100 Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia.	Código de la Niñez y la Adolescencia 17823	Decreto No. 73-96. Código de la niñez y la adolescencia.

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a la protección infantil.

Antes de sancionar una ley general de comunicación, los países objeto de estudio habían aprobado un código de la niñez y la adolescencia, ya que esto representa una disposición internacional y está regulado también en las Constituciones de los diferentes países. En las correspondientes leyes analizadas de los países objeto de estudio, tal y como

refleja la Tabla 21 protección infantil, se contemplan artículos sobre el tratamiento de la imagen de los niños en los medios y los horarios de protección para no exponerlos a contenidos vulgares y denigrantes. Asimismo, los adultos tienen la responsabilidad de cuidar la integridad física y mental de los más pequeños, así como de respetar sus derechos individuales.

Las disposiciones de protección se enmarcan en relación a que los noticieros no pueden divulgar la identidad de los menores, cuando estos hayan sido víctimas, cómplices, perpetradores de delitos, testigos o cualquier otra figura que ponga en riesgo su privacidad y derecho a imagen. Además, los niños, niñas y adolescentes no pueden participar en actos que vayan en contra de la moral o buenas costumbres de excesiva violencia o crueldad.

Los medios de comunicación a nivel mundial están llamados a promover información sobre los derechos y las libertades de los niños, niñas y adolescentes, para cuidar su bienestar social, físico y mental. Ecuador agregaba en su normativa el derecho que tienen los niños de expresar sus ideas y pensamientos en su lengua nativa, por lo que sugería que los medios de comunicación debían de privilegiar su protección integral.

Relacionado a Honduras: La protección infantil está amparada por el Código de la Niñez y la Adolescencia (Poder Ejecutivo, 1996), y establece dos artículos que se relacionan directamente con la TV:

Artículo 32. Es prohibida la publicación, reproducción, exposición, venta o distribución, y la utilización en cualquier otra forma, de imágenes de niños que hayan cometido infracciones legales o de expresiones suyas que atenten contra la moral o las buenas costumbres o que afecten su dignidad o decoro o la de terceras personas.

Artículo 50. Velará porque no circulen entre los niños libros, folletos o escritos de cualquier clase, afiches, propaganda, videos, programas de televisión o de computación u otros medios visuales o audiovisuales en los que figuren imágenes o contenidos pornográficos o que promuevan la violencia o el desconocimiento de los derechos de aquéllos. La violación de esta norma será sancionada con multa hasta de cien mil lempiras (Lps.100,000.00).

Tabla 27. Variable contenidos audiovisuales. Sanciones

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Sanciones	Mixtas Desde sanciones económicas a suspensión de licencia de funcionamiento, sujeto a reglamentación.	Mixtas Desde multas a suspensión de licencia de funcionamiento, sujeto a reglamentación.	Mixtas Desde multas hasta cancelaciones de las concesiones	Mixtas Desde disculpa pública, sanciones a abrir un caso en la Fiscalía, para la investigación de un presunto delito.	Mixtas Desde observación a revocación de la concesión, autorización, licencia o registro.	Llamados de atención a cancelación de licencia.

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a las sanciones.

Las políticas públicas de comunicación deben de ser aprobadas respetando los procedimientos de inclusión y participación ciudadana. Antes de la aplicación de una ley, el ente regulador debe de asegurarse que los involucrados conozcan las disposiciones que deben de cumplir y también las consecuencias que conlleva faltar a un acuerdo legal. En una ecología mediática de libre mercado, para que una ley tenga éxito es necesario que el Ente encargado de la aplicación de la normativa tenga facultades sancionadoras. De lo contrario, los empresarios de medios no respetarían en su totalidad las disposiciones.

En Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay las sanciones comprenden desde multas hasta el cierre del medio de comunicación por revocación de licencia (ver Tabla 22

sanciones). Ejecutar esta última medida es extrema, y no es usual que se realice. A diferencia de Ecuador, donde el presidente Correa incautó y cerró alrededor de 90 medios de comunicación, “por incumplimiento a cuestiones legales, administrativas o técnicas” (Libertad Digital, 2012).

Relacionado a Honduras: Es la Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL, el ente encargado de regular el espectro y quién aplica las sanciones por incumplimiento de reglamento, no se registran llamados de atención y sanciones graves a un medio de comunicación que conlleve a la revocación de su licencia.

Tabla 28. Variable contenidos audiovisuales. Servicios OTT

Variable: Contenidos audiovisuales						
País	Bolivia Ley 165	Chile Ley 18839	Colombia Ley 1979	Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Uruguay Ley 19307	Honduras
Servicios OTT	Servicios OTT no contemplados en la legislación de medios.	Servicios OTT no contemplados en la legislación de medios.	Servicios OTT no contemplados en la legislación de medios.	Servicios OTT no contemplados en la legislación de medios.	Servicios OTT no contemplados en la legislación de medios.	No aplica

Nota. En esta tabla se muestra la variable de contenidos audiovisuales y expresa la importancia del control de emisión televisiva en relación a los servicios OTT

La convergencia de medios son tópicos que avanzan lento y no se ha dado a esta circunstancia la importancia y urgencia que merece, evidencia de ello, es que las leyes analizadas en esta tesis no contemplan artículos que se acerquen a normar y organizar este flujo de contenidos en el ciberespacio. Las políticas y leyes de medios de comunicación deben de ser creadas conociendo la naturaleza, sistema, funcionamiento del medio/plataforma y considerando el ecosistema que le rodea. Identificar a estos nuevos actores tecnológicos, su influencia e interrelación, ayudará a determinar cuál debe de ser el tratamiento y la mejor

forma para organizar el sistema comunicacional, desde una perspectiva holística e integradora.

En palabras de Díaz (2001, pág. 6) son los poderes públicos democráticos “quienes tienen la potestad para ordenar cualquier manifestación de la vida social”. Una Política Pública de comunicación debe de ser una ruta para organizar el ecosistema mediático que contemplará artículos específicos para cada medio y plataforma, acorde a su naturaleza, pero siguiendo un enfoque general de convergencia. Por ejemplo, la televisión es regulada en respetar un horario de protección para la niñez y adolescencia que comprende el no difundir contenido vulgar entre las 6 a.m. y 11 p.m.; esta disposición no puede ser aplicada a las plataformas OTT, por la naturaleza asincrónica del medio, pero se puede normar y organizar otros aspectos como la protección de datos de usuarios, pago de impuestos en cada país para crear un fondo y promover la producción audiovisual nacional, establecer cuotas de coproducción local para proteger a los productores nacionales independientes, ordenar el catálogo según la producción nacional y regional, entre otros.

Se identifica en el caso de Colombia una sanción que afecta a las OTT, como Netflix y Spotify. La ley de *Reforma Tributaria* consiste en pagar un 19 por ciento en el IVA al adquirir estos servicios, colocando en desventaja a aquellos con menos ingresos económicos, ya que el costo final es traslado al consumidor (PRODU, 2018).

Para el caso de Chile, Sebastián Piñera promulgó una reforma tributaria que incluye a las plataformas OTT donde se pagará un gravamen del 19 por ciento. Con esta sanción el Gobierno percibirá aproximadamente 2.200 millones de dólares, equivalentes al 0,6 por ciento del PBI chileno (Larocca, 2020).

En Uruguay se aprobó la *Ley de Rendición de Cuentas* en el 2017, donde se especifica que las empresas de la economía digital deben de tributar. La tasa básica de IVA es de 22% (Tiscornia, 20118). Para el caso de Bolivia y Ecuador no se ha sancionado una normativa que regule los servicios OTT, de igual forma se discute sobre una sanción para el pago de impuestos por el uso de estas plataformas.

Relacionado a Honduras: No se especifica en el marco legal hondureño una obligatoriedad para normar los servicios OTT.

Capítulo V. Aplicabilidad

5.1 Lineamientos generales para la formulación ética e integral de una política pública para la TTD (Televisión Terrestre Digital) en Honduras

5.1.1 Preámbulo

Una política pública en materia de comunicación reconfigura la relación existente entre la sociedad, el Estado y los medios de comunicación, es por ello que al formular una propuesta se deben de abrir los espacios de debate para encontrar las mejores rutas y asegurar la pluralidad, protección de la niñez y adolescencia, libertad de expresión y condiciones de mercado, entre otros, que aportarán al desarrollo sociocultural y económico de la nación.

El Estado de Honduras a través de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones CONATEL (2021), es quien regula y fiscaliza el uso del espectro radioeléctrico y se rige bajo leyes, reglamentos, decretos y la Constitución de la República de Honduras.

Tabla 29. Leyes y reglamentos espectro radioeléctrico. Honduras

Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones (1997)
Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones (Decreto Legislativo, N. 112-2011)
Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones (Decreto 325-2013)

Ley de Transparencia (2006)
Ley Especial Comunicaciones Privadas (2011)
Ley Portabilidad Numérica (2014)
Reglamento General (2002)
Constitución de la República de Honduras de (1982)

Nota. La tabla muestra las normativas sancionadas en Honduras que regulan el espectro radioeléctrico.

Su Sistema Integrado de Telecomunicaciones y Administración del Espectro (SITAE, 2021) registra 388 canales distribuidos en las 10 zonas de radiodifusión del territorio nacional. La transición de televisión analógica a digital está suspendida por la emergencia sanitaria hasta nuevo aviso, tomando en consideración la “solicitud de varios operadores de radiodifusión de televisión de libre recepción, que manifestaron la difícil situación económica que están atravesando por la contingencia” (Larocca, 2020). En ese sentido, se identifica la oportunidad para trabajar en una política pública que prepare el mercado y organice el ingreso de la TV digital al país.

Asimismo, se han promulgados leyes, acuerdos y resoluciones relacionados a los medios de comunicación como: La Ley de Emisión del Pensamiento vía Decreto número 6, Ley de Colegiación Profesional Obligatoria vía Decreto número 73, Ley Especial para el Control del Tabaco, Ley Orgánica de los Colegios, Ley Orgánica del Colegio de Periodistas vía Decreto número 759, Código de Ética del Colegio de Periodistas, Ley de Imprenta, Código de Salud vía Decreto número 65-91, Ley del derecho de autor y de los derechos conexos, Ley de simplificación administrativa decreto número 255-2002, Código de la Niñez y Adolescencia, Ley de Lavado de Activos, Ley Especial sobre Intervención de las Comunicaciones Privadas vía Decreto Ley 234-2011, Ley Orgánica del Tribunal Superior de Cuentas vía Decreto 10-2002-E, Código Penal y Código Penal Procesal.

En la actualidad, no existe un marco regulatorio de contenidos televisivos ni una entidad que realice estudios y supervise la emisión de los productos audiovisuales. El primer

acercamiento se realizó el 26 de agosto de 2021, con el lanzamiento del Observatorio de Medios de Comunicación (OMC-VCMN+F), enfocado en realizar estudios sobre el tratamiento de las noticias relacionadas a la violencia contra las mujeres, niñas y femicidios. Este observatorio es impulsado por las Naciones Unidas a través de la iniciativa Spotlight y el monitoreo, digitalización y análisis de los resultados es efectuado por el Instituto Universitario en Democracia, Paz y Seguridad (IUDPAS) de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y Sien Comunicaciones. Su primer informe establece:

Asimismo, 9 de cada 10 noticias promueven la difusión del morbo, la justificación del hecho y los estereotipos, lo cual deforma la realidad y presenta esta violencia como hechos aislados no como una problemática social estructural. Los detalles de la agresión que contribuyen al morbo son números de golpes, puñaladas y balazos, entre otros, dándole más importancia a esos datos, omitiendo de manera parcial, información sobre el origen de la VCMN+F, o sobre el agresor y las consecuencias del acto delictivo (Naciones Unidas Honduras, 2021).

Con el propósito de orientar la participación de todos los actores claves y considerando una perspectiva pluralista, de balance informativo y de respeto a las audiencias, se sugiere una serie de puntos claves para la ordenación, desarrollo y medición de los contenidos audiovisuales en la televisión hondureña, con un enfoque de prevención y prospectivo.

La presente propuesta se redactó con base a los resultados de la investigación comparada de los modelos mediáticos de Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay, quienes aprobaron leyes y normativas para organizar sus medios de comunicación durante la década de 2011-2020, se recopilaron sus buenas prácticas (*best and smart practice*) siguiendo los modelos de evaluación de la UNESCO y su “Indicador de Desarrollo Mediático” y el Centre

for Media Pluralism and Media Freedom con su “Media Pluralism Monitor 2020”, y según el contexto hondureño, son planteadas a continuación.

5.1.2 Primera

Fortalecer el Observatorio de Medios de Comunicación (OMC-VCMN+F) de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras: ampliando sus competencias para que se elaboren informes vinculantes y permanentes sobre el impacto social y la calidad de la emisión de contenidos en la televisión nacional digital. Asimismo, se sugiere la elaboración periódica de informes para ser difundidos por medio del portal de transparencia nacional. Su financiamiento será por medio de la asignación presupuestaria Estatal, donaciones y convenios con organismos nacionales e internacionales, asegurando así su autonomía e independencia política y editorial.

Su función será la de vigilar que la emisión de contenidos televisivos no contenga violencia excesiva, pornografía, que se promueva la cultura de paz, moral, buenas costumbres, reforzando los valores familiares y velando porque la niñez y adolescencia no sea expuesta a programación y publicidad que dañe su salud mental y desarrollo físico. Igualmente, se deberá de crear un apartado en su portal web donde la ciudadanía pueda realizar sus denuncias si se siente ofendido por algún contenido en la televisión, asegurando así el derecho a la participación ciudadana.

El observatorio publicará sus informes de emisión de contenidos de TV digital hondureña en su portal de transparencia, y lo entregará a CONATEL, quien será el encargado de aplicar las sanciones correspondientes a los medios de comunicación por incumplimiento de reglamentos y estatutos, según la gravedad y reincidencia de la falta. CONATEL aplicará estas sanciones bajo un reglamento de control de la TV digital para fiscalizar el uso del

espectro radioeléctrico, emisión de contenidos y establecer las tasas que deberán pagar los operadores de los sistemas de telecomunicaciones.

Por consiguiente, se propone la creación de Consejo Consultivo Público de la Televisión Hondureña (CPTV), con una duración de tres años, que trabajará en conjunto con los empleados del Observatorio de Medios de la UNAH y estará compuesto por cuatro miembros, sin posibilidad de reelección: Representante del Estado de Honduras, representante de la comunidad estudiantil universitaria, docente de facultad de comunicación de cualquier universidad nacional y un representante de la asociación de padres de familia.

Se sugiere que las reuniones oficiales de presentación de informes y dictámenes sean transmitidas por Televisión Nacional de Honduras, canal 8 y UTV, Canal de la UNAH; con el propósito de generar la participación ciudadana y transparencia de gestión.

Este Consejo será el encargado de elaborar los dictámenes de los informes publicados por los académicos del Observatorio de Medios, también deberán de elaborar en base a los resultados del monitoreo una memoria para socializarlo posteriormente en diferentes espacios nacionales.

5.1.3 Segunda

Realizar estudio de hábitos y consumos de los medios en Honduras (radio, televisión, prensa y digitales): Que el Observatorio de Medios de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras lidere la realización de un estudio con el propósito de conocer las necesidades de la población y estado del arte de la industria de medios. En este estudio se debe de establecer cuáles son los horarios prime time, preferencia en contenidos audiovisuales, uso de dispositivos de consumo audiovisual y radiofónico, perfiles actuales sobre: prensa, radio, TV digital e Internet, estructura de la propiedad en la industria (concentración), penetración de

servicio en los hogares, cobertura, circulación, tiraje, calidad de contenidos audiovisuales, tratamiento de la nota roja, influencia de los medios en la opinión pública, agenda-setting, entre otros. Este estudio será el precedente que ayudará para la toma de decisiones en la formulación de una Política Pública de TV Digital hondureña.

5.1.4 Tercera

Crear un programa nacional de alfabetización mediática: Es imprescindible crear un programa para la educación de niñas y niños en edad escolar, adolescentes y jóvenes universitarios, así como la realización paralela de talleres gratuitos para la sociedad civil con el fin de generar consciencia de la importancia e influencia que tienen los medios de comunicación en nuestra vida diaria. Se deberá desarrollar temas actuales y de interés como: identificación de *fake news*, ciberseguridad, uso de plataformas, historia de medios y poder, entre otros.

Se sugiere que las instituciones educativas nacionales, realicen anualmente una actividad dirigida a la comprensión del papel de los medios de comunicación en la sociedad y la importancia e impacto que tendría en el país la aprobación de una política pública de medios que promueva la cultura de respeto, dignidad y desarrollo sociocultural. Se propone realizar esta actividad el 10 de mayo que se celebra el Día Mundial de la Comunicación Social o el 21 de noviembre que es el Día Mundial de la Televisión, una efeméride impulsada por la ONU.

5.1.5 Cuarta

Brindar capacitaciones a comunicadores y técnicos: con el propósito de asegurar la calidad en la producción de contenidos televisivos, se sugiere promover la actualización de cursos técnicos para el personal que labora en televisión, acorde a las necesidades de la industria y

sus tendencias. Asimismo, realizar capacitaciones continuas y permanentes para los comunicadores y periodistas sobre el tema de ética, periodismo de investigación, comunicación en riesgo, comunicación en salud, entre otros. Tomando en cuenta los retos y desafíos que presenta el rubro televisivo debido al avance tecnológico.

5.1.6 Quinta

Creación de códigos de ética periodística: Cada casa televisora deberá de crear un código deontológico para autorregular sus labores acordes a los principios de: compromiso, ética, responsabilidad, pluralidad, equidad y respeto a la ciudadanía. La formulación de dicho código, deberá de realizarse por medio de debates y participación de los comunicadores y periodistas de cada casa televisora, publicándose el documento o carta acuerdo en el portal de cada medio de comunicación.

5.1.7 Sexta

Asegurar los derechos de los comunicadores y periodistas: Respetar que ejerzan sus labores sin represión, en condiciones laborales dignas y reservándose el derecho a publicar su fuente.

5.1.8 Séptima

Crear mesas de trabajo a nivel nacional: Con la participación de grupos prioritarios, para formular la política pública de la televisión digital hondureña, bajo los principios de la ética y que responda a las necesidades de la industria, asegurando su continuidad y protección. Las modificaciones y derogaciones de artículos deben de realizarse según las necesidades del entorno, tomando en cuenta el ingreso de nuevos actores tecnológicos y crecimiento de la industria para asegurar el derecho a la comunicación.

El borrador de política pública de TV Digital deberá de formularse en conjunto con los siguientes actores y bajo la orientación del Observatorio de Medios y CONATEL:

- Colegio de periodistas
- Asociaciones de medios
- Periodistas y medios independientes no agremiados
- Representantes de la sociedad civil
- Academia
- Ministerios y entidades de Gobierno
- ONGS
- Entidades Estatales de TIC y espectro radioeléctrico
- Productoras y productores audiovisuales nacionales agremiados e independientes.

¿Qué áreas y temas se deben de organizar? Algunas sugerencias sobre las áreas prioritarias que se deben de regular y considerar a debate en las mesas de trabajo, son las siguientes:

1. Aseguramiento de la protección de la libertad de expresión y derecho a la comunicación bajo la premisa de responsabilidad y respeto.
2. Protección del pluralismo, equidad y diversidad en los contenidos por medio de la regulación de la propiedad y asignación de frecuencias equitativas. Organizar la televisión digital en tres tipos: Privada (40%), Pública (30%) y Comunitaria (30%).
3. Supervisión de los recursos públicos, las concesiones de licencias a los operadores no deben de forma alguna cederse, arrendarse, venderse ni transferirse y deben ser adjudicados por medio de licitaciones públicas, transparentes y presentación de proyecto social cada 15 años.

4. La producción de contenidos televisivos debe de crearse, con una visión social de desarrollo sociocultural, cumpliendo con parámetros de interculturalidad, participación ciudadana, priorizando contenidos educativos y formativos, evitando fomentar una cultura de odio, discriminación, violencia y sexismo.
5. Democratizar la información integrando las tecnologías digitales, por medio del acceso a sectores sociales vulnerables.
6. Emisión de contenidos. (Se sugiere considerar los siguientes parámetros):
 - a. Programación
 - i. Emitir un mínimo de 2 horas de producción nacional mensual: largometrajes, documentales, videos de artistas nacionales y cortometrajes independientes.
 - ii. Emitir un mínimo de 4 horas de producción propia diaria que incluya: informativos locales, programas de ficción, entretenimiento, etc.
 - iii. Emitir un mínimo de 4 horas de programas o secciones culturales y educativos a la semana que hagan referencia a los valores morales y multiétnicos de Honduras, que promuevan la unión familiar, respeto a los derechos y fortalezca las buenas costumbres, en un horario entre 6:00 a.m. y 10:00 p.m.
 - iv. Tiempo máximo de transmisión de mensajes comerciales de 20 minutos por hora de programa.

- v. Emitir una hora a la semana de programación infantil de producción nacional que promueva los valores familiares, morales y de sana conducta.
 - vi. Emitir una hora de programación intercultural a la semana en cualquiera de las lenguas indígenas, para garantizar la permanencia de los pueblos autóctonos, respetar su derecho a la comunicación y transmitir cultura y respeto a toda la ciudadanía: Garífuna, Chortí, Lenca, Misquito, Pech, Tawhaka y Tol.
 - vii. Otorgar a las Secretarías de Educación o Arte y Cultura 4 horas a la semana para la transmisión de clases infantiles que ayuden al mejoramiento del sistema educativo nacional.
- b. Grupos minoritarios y acceso a contenidos
- i. Incorporar dentro del horario prime time, preferiblemente en el noticiero estelar, una hora diaria de elementos visuales adicionales en el que se utilice subtítulo oculto (*Closed Caption*), lenguaje de señas y audio descripción.
- c. Protección del niño, niña y adolescente
- i. Definir la franja horaria:
 - 1. Apto para mayores de 10:00 p.m. a 6:00 a.m.
 - 2. Antes de iniciar un programa se debe de especificar la categoría y señalar de manera visual y auditiva durante los primeros treinta segundos su clasificación según:

Contiene diálogo sugestivo

Violencia de fantasía – sólo en programación infantil
Lenguaje grosero u ordinario
Situaciones sexuales
Violencia

3. No permitir publicidad de tabaco, alcohol y de contenido sexual en un horario de 6:00 a.m. a 10:00 p.m.
- d. Proteger los derechos de autor, citando y atribuyendo el uso de imágenes, audio y video a los creadores.
- e. Toda información difundida por un medio de comunicación, debe de ser contrastada con dos o más versiones y posturas para que las audiencias consuman información veraz y contextualizada. De la misma forma, todos los ciudadanos tienen derecho a solicitar la rectificación de noticias y a la réplica, en caso que un medio de comunicación haya cometido falta, en un plazo de 48 horas.
- f. En período de elecciones generales, se deberá de otorgar una participación igualitaria en pantalla a los diferentes aspirantes a cargos de elección popular.
- g. Mantener la disposición que todo canal de televisión y los de suscripción por cable deben de enlazarse a las cadenas de información Estatales indicadas por CONATEL.

7. Televisión por cable

- a. Incluir sin codificar las señales públicas del Estado.

- b. Ordenar la parrilla de programación de canales agrupadas según su género, (informativo, ficción y de entretenimiento) dando prioridad a todos los canales nacionales y colocándoles según su frecuencia asignada.
 - c. Incluir en la parrilla de programación de las compañías de cables, canales públicos latinoamericanos con la que Honduras mantenga relaciones diplomáticas, con el fin de fortalecer la identidad de los pueblos y promover el consumo de producciones regionales.
8. Formular un apartado específico en la política pública para la televisión pública.
- a. Su financiamiento debe de ser estatal, por medio de una asignación presupuestaria.
 - b. Se debe de garantizar su autonomía editorial y política.
 - c. Sus contenidos deben de ser plurales, culturales, informativos y educativos, promoviendo las buenas costumbres, respeto, sana convivencia y debates democráticos.
 - d. Deberá ser supervisado por el Observatorio de Medios y CONATEL.
9. Formular un apartado específico en la política pública para la televisión comunitaria:
- a. Deben de ser sin fines de lucro y operar en zonas locales (una comunidad).
 - b. Su financiación será por medio de la venta publicitaria de productos y servicios locales y de donaciones de organismos internacionales y nacionales.
 - c. El 60% de su contenido debe de ser de producción local y comunitaria.

d. Deberá ser supervisado por el Observatorio de Medios y CONATEL.

10. Sobre las disposiciones transitorias de la televisión análoga a la digital, considerar los siguientes aspectos:

a. Protección al medio ambiente: CONATEL debe de formular un reglamento para el reciclaje y tratamiento de los desechos de equipo análogo, en concordancia para cuidar y proteger a la Madre tierra.

b. Estrategia de difusión: CONATEL deberá de crear material educativo y publicitario para explicar a la población sobre el uso de la tecnología digital en la televisión y el proceso de transición. Cada casa televisora deberá de difundir este material de manera gratuita y desarrollar la temática en su programación habitual por medio de reportajes y notas.

11. Formular una política exclusiva para la democratización del internet, especialmente uso de redes sociales y servicios OTT.

a. Internet: Asegurar el acceso gratuito a sus servicios por medio de puntos públicos de TIC en bibliotecas, salones comunitarios y parques. Asimismo, abaratar los costos de conexión a internet particular para que más ciudadanos tengan acceso a él desde sus casas.

5.1.9 Octava

Generar espacios participativos como *Foros de Consulta Pública* y *Debates Ciudadanos* para socializar y revisar la propuesta de política pública televisiva con el fin de identificar oportunidades de mejora. Se sugiere habilitar un correo electrónico y buzones de sugerencias en los campus universitarios para que la población remita sus comentarios. El Observatorio

de Medios, deberá de publicar en su sitio web los comentarios de la población para su posterior incorporación en la Política Pública y respectiva aprobación.

5.1.10 Novena

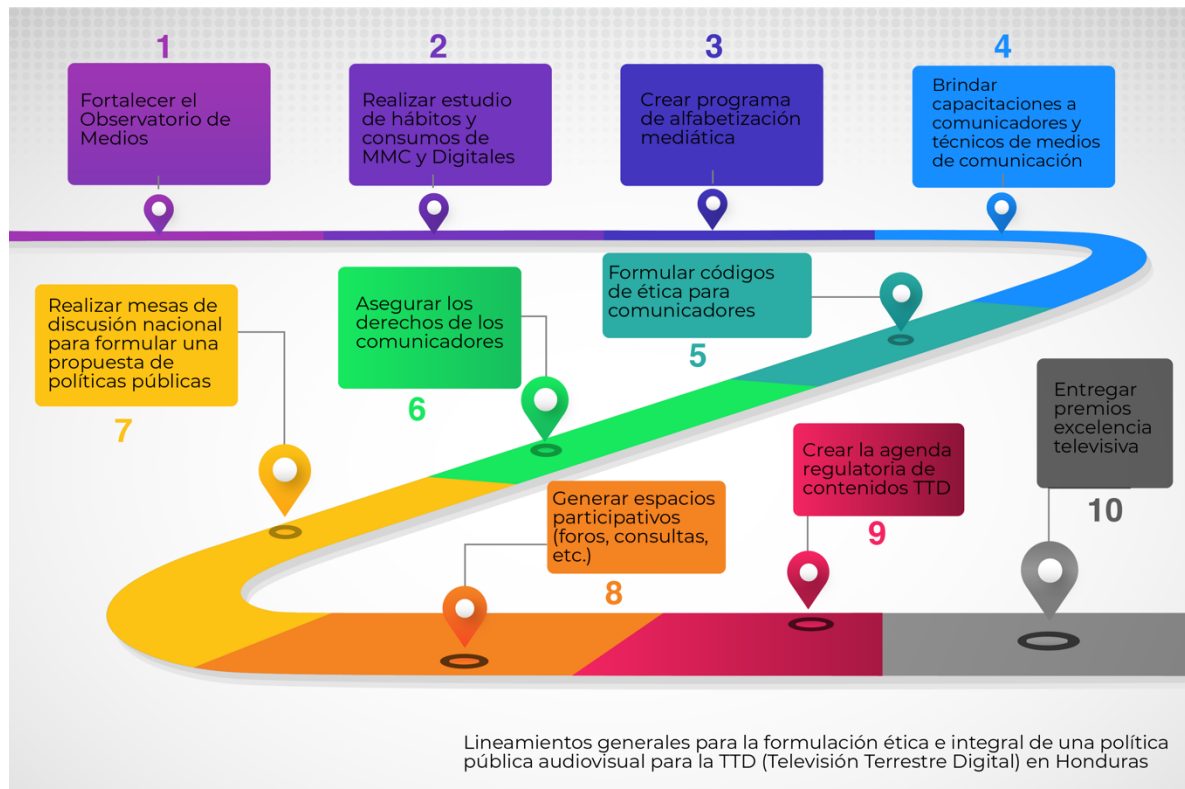
El Observatorio de Medios creará cada dos años la *Agenda de Regulación de contenidos para la Televisión Terrestre Digital Hondureña*, sugiriéndose su desarrollo bajo los siguientes parámetros:

1. Realizar un estudio comparado, sobre las tendencias del marco regulatorio internacional televisivo.
2. Realizar un análisis del mercado nacional televisivo, con el objetivo de hacer una correcta distribución de los recursos, enfocándose en cubrir las necesidades prioritarias de la industria televisiva, en concordancia con el interés público.
3. Realizar conversatorios y debates públicos sobre los resultados de las investigaciones con actores claves y sociedad civil para la elaboración de un borrador de Agenda de Regulación para la TV Terrestre Digital Hondureña.
4. Socializar el borrador de Agenda de Regulación para la TV Terrestre Digital Hondureña a nivel nacional para identificar oportunidades de mejora. La población podrá remitir sus observaciones por medio del portal web y los buzones de sugerencias colocados en los campus universitarios.
5. Publicar la Agenda de Regulación para la TV Terrestre Digital Hondureña efectivo para un período de 2 años.

5.1.11 Décima

CONATEL revisará y tomará como prioritarios los informes emitidos por el Observatorio de Medios para evaluar la concesión y renovación de licencias. Anualmente, se otorgará el Premio Excelencia Televisiva a aquellos canales que no infringieron las normativas y contribuyeron en la formación ética e integral de la ciudadanía; como incentivo se dará un estipendio para el pago de permisos de operación.

Figura 14. Proceso de aplicabilidad, lineamientos generales



Nota. La figura muestra un flujograma de proceso para crear una política pública para la TTD en Honduras.

Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones

En respuesta a los tres objetivos planteados en esta investigación se argumenta lo siguiente:

6.1 Conclusiones

1. ¿Cómo desarrollar metodológicamente un estudio comparativo de leyes de comunicación audiovisual aprobados durante el 2011-2020 en Suramérica?

Existen organismos internacionales con buen reconocimiento y reputación que han elaborado metodologías para evaluar los sistemas mediáticos, se identifican dos: la UNESCO y su “Indicador de Desarrollo Mediático” y el Centre for Media Pluralism and Media Freedom con su “Media Pluralism Monitor 2020”. Ambos indicadores y monitoreos establecen en sus informes que han sido formulados como una guía de evaluación, es decir que, según la necesidad de la investigación, objetivos, sistemas y realidades del entorno, el académico puede formular un método propio como nueva propuesta metodológica, tomando como base estos indicadores que ya han sido validados.

Es así como la presente investigación se desarrolló primero identificando el estado del arte de la formulación de políticas públicas comunicacionales, seguidamente se analizó de manera individual la regulación de los sistemas televisivos de: Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador y Uruguay. Posteriormente, se procedió a realizar un análisis comparado de sus legislaciones por medio de una ficha y se agregó al comparativo a Honduras, para conocer el estado de su ecosistema mediático, en relación con los países de la región suramericana que aprobaron leyes de comunicación en el periodo 2011-2020. Este comparado permitió identificar buenas prácticas, asimismo, se tomó en consideración los ejemplos de países como

Canadá, Argentina y México, y la opinión de académicos y especialistas en el área de economía política y *policy making* también fueron valoradas para alcanzar el objetivo final de esta tesis: elaborar una *propuesta de lineamientos generales para la formulación ética e integral de una política pública para la Televisión Terrestre Digital en Honduras*.

2. ¿Cuáles son los retos del proceso de formulación de políticas públicas televisivas para garantizar el derecho de comunicación y diversidad?

Los retos para formular políticas públicas inclusivas y que sean del interés de una gran mayoría están intrínsecamente relacionados a los modelos políticos que imperan en la sociedad moderna. El modelo capitalista busca el libre mercado, y la persecución de este objetivo obstruye el desarrollo sociocultural de los pueblos.

Autores como Martínez Heredia (2008) y Franz Hinkelammert (1996) entre otros; indican que este sistema busca la dominación, explotación, marginación, exclusión de ninguneados, se centra en la depredación del medio ambiente, violencia, guerras, etc. Deshumaniza a las personas obligándolas a vender su fuerza de trabajo y las convierte en materialmente esclavos.

Es así como se identifica que el sistema socialista democrático es una opción para contrarrestar el poder del capitalismo y así ayudar a buscar un balance en la sociedad, que se encamina a su propia destrucción²⁶. Un nuevo planteamiento de socialismo democrático debe ser incorporado en los Estados, el 4.0 moderno y actual, donde el Estado es fortalecido porque existe un real protagonismo popular, es decir,

²⁶ Pobreza, racismo, explotación sexual, cambio climático, extinción de especies, ataques terroristas, maltrato hacia las mujeres y niños, hambrunas, explotación, abuso infantil etc.

que por medio del control social de grupos organizados se pueda hacer oposición a las tendencias capitalistas, y por ende controlar la corrupción. Este modelo de socialismo democrático 4.0, utiliza la innovación y la tecnología digital inteligente con el único fin de construir una sociedad digna y con honra.

Es propicio señalar que, en las recientes elecciones del 28 de noviembre de 2021, en Honduras, ganó el Partido Libertad y Refundación, mismo que es la extensión política del Frente Nacional de Resistencia Popular (FNRP), que nació a raíz del golpe de Estado del 28 de junio de 2009, y que tiene como principio fundamental gobernar a través de la democracia participativa, su propuesta de trabajo para los primeros 100 días, de su plan de Gobierno establece entre otras:

Fundaré la República Digital y el Gobierno Abierto, para dar apertura a bajos costos, del espectro digital e internet y acceso gratis al internet, especialmente a los jóvenes, escuelas, colegios y universidades (Coello, 2021).

Con esta apertura, se abre la posibilidad de dar paso al socialismo democrático 4.0 en Honduras. Es a través de las democracias participativas, que el poder político que protege los intereses de grupos de poder puede ser fragmentado, provocando así una socialización del poder ciudadano. Una nueva cultura de asociatividad, comunitaria y con fundamento en la fraternidad es urgente para elaborar iniciativas populares en materia legislativa, promoviendo debates en espacios públicos que guarden los derechos humanos, de valores morales y familiares.

Los autores Belando y Montiel (2010) manifiestan que el aporte esencial de la sociología crítica se sustenta en los planteamientos clásicos de Marx, Weber y Durkheim y que es necesario que el Estado sea transformado a uno moderno y actual.

Un Estado que es consciente de la importancia del uso de las tecnologías de la información y sus procesos de convergencia será movido a redefinir y reformular los mecanismos de regulación del sector audiovisual a partir de nuevos marcos de consumo.

En palabras de A. Matterlart (1998) el nuevo “pacto social” es necesario para que el desarrollo tecnológico sea regulado y accesible para las sociedades, y esto puede ser posible si se introducen mecanismos de participación ciudadana que formen al individuo y eso lo llevará a emanciparse frente a las manipulaciones del mercado, un mercado que no es plural ni responsable y que promueve los desequilibrios sociales.

En esa línea se introduce la alfabetización mediática. Un tópico que debe de ser considerado en los procesos de formulación de Políticas Públicas Educativas, por su importancia, cotidianidad e impacto en la sociedad. Se debe de iniciar por fases, educando a los profesores sobre el uso de las tecnologías de información y comunicación, consumo y uso responsable de plataformas de comunicación digitales y tradicionales.

Otro tema a incorporar es la autorregulación moral y ética de los medios y comunicadores, complementada con la regulación que emane de los poderes públicos. La poca educación que tienen las audiencias ha producido que muchos medios de comunicación apelen a la producción de contenidos denigrantes, de explotación sexual, misóginos y vulgares para entretener a los consumidores, que, como circo romano, piden más. Es así, que el Estado debe de intervenir regulando los contenidos y aplicando políticas antimonopolios para asegurar la inclusión, pluralidad y diversidad en la competencia.

La resistencia al cambio por parte de los propietarios de medios es otro reto presente en la formulación de Políticas Públicas Televisivas. Algunos de estos empresarios defienden intereses políticos, personales y buscan influenciar desde sus plataformas la opinión pública entre los ciudadanos. Prefieren operar su negocio, sin una normativa que les controle, abogando porque se les respete la libertad de expresión. Una libertad que se debe de ejercer desde la responsabilidad, respeto, consciencia democrática y no desde una posición de libertinaje.

En esta línea de ideas, referente a la libertad de expresión como un reto, es necesario plantear que la responsabilidad de emisión de pensamiento debe de realizarse para propiciar el desarrollo sociocultural en la región. Sierra Caballero (2015) plantea la necesidad imperante de impulsar investigaciones en el área de: comunicación con enfoques de geopolítica de la comunicación, nuevos sistemas internacionales en la era del internet, constitución de las plataformas de medios públicos y comunitarios y democratización de las políticas de telecomunicaciones. Esto por medio de alianzas estratégicas con organismos y grupos de investigación como el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), La Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPIC), Political Economy Section (IAMCR), Asociación Latinoamericana de investigadores de la comunicación (ALAIC), Asociación Española de Investigación de la Comunicación (AE-IC), Fundación Gabo, entre otros, que fortalezcan los espacios de diálogos, propicien encuentros culturales y sobre todo, que concienticen a la sociedad, medios de comunicación y academia sobre las implicaciones de la libertad de expresión en el ecosistema mediático.

Finalmente, se concluye que otro de los retos en la elaboración de propuestas de regulación en medios de comunicación tradicionales y digitales es la inclusión. Las políticas deben de ser ampliamente socializadas con grupos prioritarios como: la sociedad, academia y plataformas de comunicación. Si la ley solo es presentada y sancionada ante el Congreso Nacional, esto se percibirá como un acto autoritario que busca la censura. En cambio, si se hace una campaña para concientizar sobre la temática, se realizan foros, mesas de trabajo y discusión, se abren espacios para que las personas remitan sus observaciones, inclusive una consulta popular, las probabilidades de aceptación del proyecto de ley serán mayores.

3. ¿Cómo debe ser la propuesta del plan de políticas públicas (*policy-making*) televisivas óptimo para la sociedad hondureña?

Sobre el modelo de regulación óptimo que se debe de implementar para organizar el sector audiovisual, este dependerá de los factores sociales, culturales, económicos, geopolíticos, tradicionales, herencias (historia y costumbres) de los pueblos y las circunstancias actuales por las que atraviesa el país y la influencia de sus hermanos los países vecinos.

En el caso de Honduras, el modelo viable para los próximos años es la correulación. Tomando en cuenta, que mientras se redacta esta tesis, el país está terminando con 12 años de régimen de derecha con el Partido Nacional de Honduras y en enero de 2022, tomará las riendas del país el nuevo partido político, Libertad y Refundación, de ideario socialista demócrata, constituido en el 2011 por el Frente Nacional de Resistencia Popular (una coalición de organizaciones de izquierda).

La propuesta de políticas públicas debe de ser una combinación entre la aprobación y aplicación de una regulación general por parte del Estado, que especifique que la industria audiovisual no es una mercancía, sino un bien cultural, y a su vez, que se tenga consciencia que el espectro radioeléctrico es un bien común y escaso, por lo que su asignación y uso debe ser equitativo para limitar las conformaciones monopólicas que afectan el pluralismo informativo.

La otra parte es que se promueva que los medios de comunicación, periodistas y comunicólogos deben de adoptar un sistema consciente de autorregulación, con una línea moral, ética y profesional claramente establecida. Estas dos posiciones (Estado-Medios/comunicadores) propiciará mecanismos para fomentar la participación ciudadana y la defensa del consumidor, especialmente para la protección de los infantes y jóvenes. Este sistema integrado y de participación compartida propicia que la población pueda realizar reclamos e identificar oportunidades de mejora, con la intención de buscar la calidad en los contenidos audiovisuales.

6.2 Recomendaciones

1. Las políticas de comunicación, en ocasiones, son percibidas como herramientas que utilizan los Estados para censurar y controlar. Para el caso de Latinoamérica, se identifica que algunas normativas casualmente fueron sancionadas cuando los mandatarios estaban próximos a iniciar una nueva contienda electoral, y ellos participaban para lograr una reelección.

En otros casos, las normativas en comunicación fueron sancionadas porque se identificó la necesidad de organizar el sector, especialmente normar los temas de: concentración de audiencias, concentración de propiedad, fomentar la producción

audiovisual nacional, proteger la niñez y la adolescencia y promover dentro de las sociedades, la equidad, el pluralismo, la ciudadanía, las buenas costumbres, etc.

En Honduras, los pocos ejercicios que se han realizado para aprobar una ley relacionada a las plataformas y medios de comunicación fracasaron y fueron rechazados contundentemente por la sociedad.

En todos estos escenarios, se identifica que es necesario dar énfasis y cuidado a los procesos, pasos y procedimientos que conllevan el aprobar una política pública, que afecta de manera transversal a toda la sociedad. Se debe de socializar la temática con los diferentes grupos de interés, involucrar a la academia para que realicen encuentros que fomenten el interés sobre la temática, desde perspectiva científica, dando a conocer los beneficios integrales que conlleva el aprobar una política pública en materia de comunicación para la ciudadanía.

Si una política pública, ley o normativa es presentada ante el Congreso Nacional, aprobada por los diputados y posteriormente divulgada para su ejecución, esto puede ser percibido como una imposición autoritaria. En cambio, si se fomenta la participación, se abren espacios para que las personas puedan remitir sus comentarios, se les consulta sobre la temática, etc. Esto provocará un sentimiento de pertenencia e inclusión y la ciudadanía se sentirá “parte de”, entonces, se disminuirá la incertidumbre y se asegurará en cierta medida, el éxito de la aplicación de la normativa.

2. Las cinco leyes de comunicación estudiadas en esta tesis no plantean la regulación de contenidos audiovisuales en espacios digitales, los servicios OTT (YouTube, Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, entre otras). Esto pone en desventaja a los medios de

comunicación tradicionales que están obligados a cumplir con una normativa que les aplica sanciones económicas. Mientras que, en un mundo alterno, las plataformas digitales difunden información según sus propios criterios.

La regulación de la televisión, la convergencia mediática, y todas las nuevas tecnologías que puedan aparecer en el mercado, deben de estar bajo continuo estudio. Las normativas aplicadas a la industria audiovisual necesitan actualizarse para responder a las necesidades del entorno actual, las tomas de decisiones en esta materia deben de hacerse bajo modelos prospectivos.

3. Sobre los órganos reguladores y de monitoreo que controlan la emisión de contenidos en la televisión, no es necesario crear una estructura compleja donde existan varios consejos, dependencias o departamentos que intervengan en el control de contenidos, ya que esto solo fomenta la burocracia estatal, aumenta el gasto y duplicidad de funciones y esfuerzos.

Se recomienda asegurar que exista una Comisión o Consejo con la capacidad de vigilar y controlar el cumplimiento de la legislación vigente, así como con la autoridad suficiente para aplicar sanciones si los medios de comunicación cometen faltas en la emisión de sus contenidos. Este Consejo supremo puede estar fiscalizado por un comité ad honorem, integrado por representantes de grupos prioritarios (cabeza de familia, profesor universitario, un funcionario público y un representante de medios). Este único órgano regulador trabajará de la mano con el ente que regula el espectro radioeléctrico y se podría proponer, que este último sea el encargado de aplicar las multas, ya que es quien administra los permisos de transmisión de los canales.

4. Los medios públicos siempre entran a debate por su función importante dentro de la sociedad, como un medio de comunicación que no está únicamente enfocado en capturar audiencias y generar mediciones altas de rating. Bien al contrario, su función es promover la democracia, las buenas costumbres, la ética, servir como plataforma de servicio público y ofrecer espacios para que diferentes grupos dentro de la sociedad puedan ser visibilizados. Se recomienda crear políticas y leyes específicas para este sector, y así asegurar su protección en cuanto a independencia editorial y financiación.
5. Adicional al estudio histórico- documental sobre las políticas publicas en televisión suramericanas aprobadas durante el periodo 2011-2020; el estudio exploratorio detallado en los antecedentes del sistema de medios en Honduras, expone la opinión de la comunidad de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y las dos entrevistas a la diputada del Partido Liberal y al dueño-gerente del principal medio de comunicación del país e concuerdan sobre la necesidad de que en Honduras se apruebe y aplique una política pública que regule la emisión de los contenidos en televisión para asegurar la calidad y la sana competencia en el ecosistema mediático.

Sin embargo, también se identifica que un proyecto de regulación no será bien recibido por los grupos de poder y empresarios de medios de comunicación, ya que su negocio se vería fuertemente afectado. Existe la consciencia que los medios de comunicación en Honduras tienen una gran influencia en el estilo de vida de los hondureños y en la fijación de agenda política del país.

En un Estado donde la cultura de violencia, corrupción e impunidad es la que predomina, son pocos los ciudadanos diputados que estarían dispuestos a proponer una normativa (anteproyecto de ley para regular los medios de comunicación), ya que esto afectaría su popularidad, buenas relaciones con los medios de comunicación y

hasta pondría en riesgo su vida, aunque esta disposición sea en beneficio de una gran mayoría de la población.

Es por eso que se identifica que la unión hace la fuerza, si iniciamos realizando pequeños proyectos podremos avanzar juntos como sociedad hondureña y algún día tener los medios de comunicación que necesitamos para propiciar el desarrollo sociocultural en la nación.

La comunidad de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras indica que la coregulación es un modelo que se puede implementar para exigir calidad en la emisión de los contenidos televisivos. La alfabetización mediática es un eje central para poder avanzar en esa temática, realizando investigaciones y preparando foros y conversatorios para conocer sobre la situación actual del ecosistema mediático del país y así ir creando conciencia de la importancia que tienen los medios de comunicación en nuestra sociedad y exigir a nuestros representantes políticos que sancionen leyes que beneficien al país.

La intención de esta investigación doctoral ha sido, en definitiva, proponer una guía de actuación para ordenar y desarrollar el ecosistema mediático en Honduras. Bajo el concepto que los medios de comunicación, especialmente la televisión es una herramienta que utilizan los licenciarios para consolidar la cultura, valores, influenciar en la opinión pública y difundir una perspectiva de la realidad según el ideario, principios y doctrina del medio de comunicación.

Los emisores de contenidos tienen la responsabilidad de cumplir con el derecho a la información frente a sus públicos, quienes deben ser la prioridad de inicio a final en el ejercicio periodístico y comunicacional. El Estado es el responsable de asegurar que se

respete a las audiencias, administrar correctamente el espectro radioeléctrico y normar cualquier otra actividad dentro de la sociedad.

Durante el desarrollo de esta tesis, comprendida en 2017-2021, se efectuaron cambios importantes en las legislaciones comunicacionales objeto de estudio, por ejemplo, en Ecuador. Su ley fue derogada y el escenario actual es completamente diferente que en el 2017. La Ley Orgánica de Comunicación LOC 2013 fue una de las normativas más estrictas impuesta a los medios de comunicación, pero también, fue una ley que buscaba proteger a las audiencias asegurando la calidad de la información, inclusión de los pueblos, protección a la niñez, fomentaba la producción nacional, entre otras. Este ejemplo, evidencia la necesidad de estudiar permanentemente el ecosistema de medios y su relación con el poder, que conlleva a una lucha constante de dominancia social, dicho de manera folclórica, “conocer quién es el manda más”.

El 2 de diciembre de 2021 el Fondo Monetario Internacional advirtió que países como Bangladesh, Afganistán y Honduras sufrirán un colapso económico por su alto endeudamiento, provocando que las naciones más ricas del mundo suspendan las obligaciones de pago de deuda hasta renegociar nuevos términos (La Prensa, 2021). Para Honduras, los desafíos aumentan y garantizar mecanismos para combatir la corrupción e impunidad dependerán de las políticas públicas que sean sancionadas, pero, sobre todo, dependerá del compromiso de los y las hondureñas en trabajar para levantar nuestra nación.

Ya se están dando los primeros avances, dejando atrás la indiferencia y conformismo. El pasado 28 de noviembre se llevaron a cabo las elecciones generales y “el país reportó un ‘histórico nivel’ de participación con más de 68% de los 5,1 millones habilitados por el

sufragio”. Donde con el 68,90% de los votos escrutados, Xiomara Castro²⁷, y actual candidata del Partido Libertad y Refundación, lleva ventaja con un 51,20%, sobre Tito Asfura, del oficialista Partido Nacional de Honduras, que registra solo un 35,63% del total de los votos (CNN, 2021).

Honduras tendrá la primera mujer presidenta de ideario de izquierda y las expectativas entre la población son muy grandes. Se espera que en sus primeros años de Gobierno resuelva temas prioritarios de salud²⁸, soberanía de la nación²⁹, migración³⁰, educación³¹, corrupción³², etc. Para que su Gobierno sea exitoso, será necesario la integración y participación activa de los hondureños y que juntos podamos hacer frente a las grandes desigualdades que existen actualmente a causa de la mala gestión de Gobiernos anteriores, que llegaron al poder para robar y no para servir al prójimo. Una herramienta para lograr esto es la comunicación, si los ciudadanos estamos informados podremos participar activamente y así modificar el statu quo y levantar juntos la nación. La tesis: Políticas Públicas de la industria televisiva: El caso de Honduras, es un aporte a la sociedad hondureña para exigir calidad y veracidad en los contenidos que se emiten en la televisión nacional.

²⁷ Fue ex primera dama, esposa de Manuel Zelaya derrocado por los militares el 28 de junio de 2009, al querer implantar el proyecto de “la cuarta urna”.

²⁸ Desfalco del Seguro Social (IHSS) por 300 millones de dólares, fraude en compra de hospitales móviles para hacer frente al COVID-19 valorados en 48 millones de dólares, etc...

²⁹ El proyecto de las Zona de empleo y desarrollo económico (ZEDE) fue aprobado por el partido de derecha y consiste en la venta de territorio nacional a extranjeros para que sea operada fuera del marco Constitucional de Honduras.

³⁰ La falta de oportunidades de empleo ha provocado un aumento en caravanas de migrantes hacia USA. Solo el 40% se clasifica en económicamente activa.

³¹ Alrededor de 800 mil jóvenes no trabajan ni estudian. Se les ha denominado los “Ninis”.

³² El regreso de la Misión de Apoyo Contra la Corrupción y la Impunidad en Honduras MACCIH.

Bibliografía

- A. A., y Castells, M. (2008). The Structure and Dynamics of Global Multi-Media Business Networks. *International Journal of Communication* , 2, 707-748.
- ABC Internacional. (20 de Noviembre de 2021). *ABC Internacional*. Obtenido de SEGURIDAD MUNDIAL EN 2021: https://www.abc.es/internacional/abci-mapas-paises-mas-peligrosos-mundo-2021-202109200205_noticia.html
- AEAP. (2021). *Asociación Ecuatoriana de Agencias de Publicidad* . Obtenido de ¿Quiénes Somos?: <https://www.muchohomejorecuador.org.ec/sobre-nosotros/>
- Agencia de noticias FIDES. (30 de Octubre de 2021). Asociaciones de la prensa se declaran en emergencia por secuestro de periodistas en Guarayos. *Agencia de noticias FIDES*, págs. <https://www.noticiasfides.com/nacional/politica/asociaciones-de-la-prensa-se-declaran-en-emergencia-por-secuestro-de-periodistas-en-guarayos--412245>.
- Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones. (2021 de Septiembre de 2021). *Número de Estaciones Concesionadas de TV Abierta Analógica y TDT por provincia y por tipo*. Obtenido de Radiodifusión sonora y Televisión abierta: <http://www.arcotel.gob.ec/radiodifusion-sonora-y-television-abierta2/>
- Agencia EFE. (12 de Julio de 2021). El Gobierno de Chile eleva al 7,5 % previsión de crecimiento del PIB para 2021. *Agencia EFE*, págs. <https://www.efe.com/efe/america/economia/el-gobierno-de-chile-eleva-al-7-5-prevision-crecimiento-del-pib-para-2021/20000011-4584630>.
- Agencia EFE. (6 de Diciembre de 2017). El Legislativo boliviano retira la "ley mordaza" tras protesta de periodistas. *Agencia EFE*, págs. <https://www.efe.com/efe/cono-sur/sociedad/el-legislativo-boliviano-retira-la-ley-mordaza-tras-protesta-de-periodistas/50000760-3459455>.
- Aguilar Villanueva, L. F. (2020). *Democracia, gobernabilidad y gobernanza*. Ciudad de México: Instituto Nacional Electoral.
- Albornoz, L. (. (2011). *Poder ,medios, cultura. Una mirada crítica desde laeconomía política de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- AMARC-ALC. (30 de Agosto de 2021). *ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS – AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE*. Obtenido de COMUNICADO: Alto a la persecución de las radios comunitarias de Honduras: <https://amarc-alc.org/comunicado-alto-a-la-persecucion-de-las-radios-comunitarias-de-honduras/>
- Amnistía Internacional. (01 de 01 de 2021). *Amnistía Internacional España*. Obtenido de La libertad de expresión implica poder comunicarnos y expresarnos libremente.: <https://www.es.amnesty.org/en-que-estamos/temas/libertad-de-expresion/>

- ANATEL. (26 de Junio de 2021). *La televisión chilena y la libertad de expresión*. Obtenido de ANATEL: <https://www.anatel.cl/declaracion-publica-anatel/>
- ANDA. (2021). *Autorregulación Publicitaria*. Obtenido de Asociación Nacional Anunciantes Bolivia: <https://andabolivia.com/autorregulacion-publicitaria/>
- ANE. (2021). *Funciones*. Obtenido de Agencia Nacional del Espectro.: <https://www.ane.gov.co/Agencia/SitePages/MarcoEstrategico.aspx?p=1&d=8>
- ANEP. (2021). *Contenidos de la semana del programa “TA, tiempo de aprender”*. Obtenido de Administración Nacional de Educación Pública: <https://www.anep.edu.uy/15-d/contenidos-semana-programa-ta-tiempo-aprender>
- ANP. (2021). *Asociación Nacional de la Prensa en Bolivia*. Obtenido de La ANP: <https://anp-bolivia.com/la-anp/>
- APRAC BOLIVIA. (2021). *Quiénes somos*. Obtenido de APRAC BOLIVIA: <https://apracbolivia.es.tl>
- Arango, J. (1 de Septiembre de 2021). *Producciones colombianas para ver en Netflix*. Obtenido de El Colombiano: <https://www.elcolombiano.com/entretenimiento/netflix-y-las-producciones-colombianas-en-sus-contenidos-OB15502826>
- Arocena, F. (21 de Diciembre de 2019). Racismo a la uruguaya. *La Diaria*, págs. <https://ladiaria.com.uy/opinion/articulo/2019/12/racismo-a-la-uruguay/>.
- Article 19. (Noviembre de 2021). *Periodistas asesinadas/os en México, en relación con su labor informativa*. Obtenido de Article 19: <https://articulo19.org/periodistasasesinados/>
- AS. (27 de Marzo de 2021). *Premios India Catalina 2021: Resumen, gala de entrega, discursos y ganadores*. Obtenido de AS: https://colombia.as.com/colombia/2021/03/27/tikitakas/1616806205_991356.html
- Asamblea Constituyente. (2009). *Constitución de la República de Bolivia* (Vol. <http://www.oas.org/es/sla/ddi/docs/BO1%20Constitucion.pdf>). Sucre, Bolivia: La Gaceta.
- Asamblea General Extraordinaria CPD. (1979). *Código de ética del Colegio de Periodistas de Honduras*. Tegucigalpa: Asamblea General Extraordinaria CPD.
- Asamblea legislativa plurinacional. (2012). *Bolivia: Ley N° 269, 2 de agosto de 2012*. Sucre: Gaceta Oficial de Bolivia,.
- Asamblea Legislativa Plurinacional. (18 de Abril de 2012). *Ley de Control al Gasto y Consumo de Bebidas Alcohólicas*. Obtenido de Portal Jurídico: <https://www.lexivox.org/norms/BO-PRO-L342-12.xhtml>
- Asamblea Legislativa Plurinacional. (2010). *Ley 045 contra el racismo y toda forma de discriminación*. La Paz, Bolivia: Gaceta Oficial de Bolivia.
- Asamblea Legislativa Plurinacional. (2011). *LEY No 164*. La Paz, Bolivia: La Gaceta Oficial.

- Asamblea Legislativa Plurinacional. (2019). *Bolivia: Ley de libertad religiosa, organizaciones religiosas y de creencias espirituales, 16 de abril de 2019*. Sucre: La Gaceta Oficial de Bolivia.
- Asamblea Nacional Constituyente . (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador* . Quito, Ecuador : Registro oficial del Ecuador .
- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *CONSTITUCION POLITICA DE COLOMBIA 1991*. Obtenido de Georgetown: <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Asamblea Nacional. (2013). *Ley orgánica de comunicación* (Vol. https://www.asambleanacional.gob.ec/es/system/files/ley_organica_comunicacion.pdf). Quito, Ecuador: Editora nacional.
- Asociación de la Prensa Uruguaya. (2021). *Historia de A.P.U.* Obtenido de Asociación de la Prensa Uruguaya: <https://www.apu.uy/quienes-somos/historia-de-apu>
- Asociación de Radios y Programas Participativos de El Salvador (ARPAS). (19 de Julio de 2017). *Troglodismo mediático*. Obtenido de ARPAS: <https://arpas.org.sv/2017/07/troglodismo-mediatico/>
- Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión. (Agosto de 2021). *AER NACIONAL PRESENTÓ REFORMA A LA LEY DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de AER NACIONAL : <http://www.aer-nacional-ec.com/aer-nacional-presento-reforma-a-la-ley-de-comunicacion/>
- Asociación Nacional de La Prensa Bolivia . (27 de Noviembre de 2020). Audio revela control policial a mensajes de periodistas . *Asociación Nacional de La Prensa Bolivia* , págs. <https://anp-bolivia.com/audio-revela-control-policial-a-mensajes-de-periodistas/>.
- Asociación Nacional de la Prensa Bolivia. (10-13 de Noviembre de 2021). *Asociación Nacional de la Prensa Bolivia*. Obtenido de Alertas: <https://anp-bolivia.com/seccion/alertas/>
- Asociación Nacional de la Prensa Bolivia. (12 de Noviembre de 2021). *Viceministra llama a directores de medios para reclamar por “desinformación”*. Obtenido de Asociación Nacional de la Prensa Bolivia: <https://anp-bolivia.com/viceministra-llama-a-directores-de-medios-para-reclamar-por-desinformacion/>
- ASOPROD. (2021). *Sobre nuestra asociación*. Obtenido de ASOPROD: <http://asoprod.org.uy/>
- Astudillo Campos, F. (2017). *El impacto de la Ley de Comunicación en el periodismo de medios privados del Ecuador y su influencia en la autocensura*. Guayaquil, Ecuador: UNIVERSIDAD DE SAN ANDRÉS-GRUPO CLARÍN.
- ATT. (2021). *Misión y Visión*. Obtenido de Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes: <https://www.att.gob.bo/content/mision-y-vision>
- Bagdikian, B. H. (1980). *El Monopolio De Los Medios De Difusion*. New York, USA: Fondo de Cultura Económica; Edición 1st.

- Bagdikian, B. H. (1983). *The Media Monopoly*. Beacon Press.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (1 de Septiembre de 2021). *YouTube*. Obtenido de Evento de Lanzamiento co-publicación del BID y Netflix: Detrás de cámaras: <https://www.youtube.com/watch?v=SbNkSbyY4ys>
- Banco Mundial. (09 de Octubre de 2020). *Banco Mundial*. Obtenido de Honduras panorama general: <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>
- Banco Mundial. (11 de Octubre de 2021). *Bolivia: panorama general*. Obtenido de El Banco Mundial en Bolivia: <https://www.bancomundial.org/es/country/bolivia/overview#1>
- Banco Mundial. (28 de Septiembre de 2021). *EL Banco Mundial en Ecuador*. Obtenido de Ecuador: panorama general: <https://www.bancomundial.org/es/country/ecuador/overview#1>
- Banco Mundial. (Octubre de 2021). *Uruguay: panorama general*. Obtenido de Banco Mundial: <https://www.bancomundial.org/es/country/uruguay/overview#1>
- Bates, B. (1998). Counterclockwise: Perspectives on Communication/Illuminating the Blindspots: Essays Honoring Dallas (Books). *Journal of Media Economics*, 11 89, 77-80. doi:https://doi-org.bucm.idm.oclc.org/10.1207/s15327736me1102_7
- Bazán Salcedo, C. A., & Carrera Meza, L. M. (2016). *El mensaje propagandístico presente en las rectificaciones y réplicas diagramadas impuestas por Instituciones del Estado : estudio del caso del diario La Hora, enero - noviembre de 2015*. Guayaquil, Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- BBC Mundo. (29 de Noviembre de 2017). El Tribunal Constitucional de Bolivia autoriza a Evo Morales a buscar la reelección como presidente sin límites. *BBC Mundo*, págs. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-42159445>.
- Beauregard, L. P. (25 de Marzo de 2014). *Peña Nieto inicia una contrarreforma a la ley de telecomunicaciones*. Obtenido de El País: https://elpais.com/internacional/2014/03/25/actualidad/1395783701_427116.html
- Becerra, M., y Mastrini, G. (2017). Concentration et convergence des médias en Amérique latine. *Revue de communication sociale et publique COMMUNIQUER*, 104-120.
- Becerra, M., y Mastrini, G. (2019). *La convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia: Hacia un enfoque multicompreensivo*. Montevideo: UNESCO. Recuperado el 15 de Septiembre de 2019
- Becerra, M., García, Á., Santamaría, Ó., & Arroyo, L. (2012). *Cajas Mágicas: El renacimiento de la televisión pública de América Latina*. Madrid, España: Tecnos (Grupo Anaya, S. A.),.
- Belando, B. M., y Montiel, G. R. (2020). La Regulación de los contenidos audiovisuales: Presente y futuro. *Teoría Y Derecho (7)*, 227-240. Obtenido de <https://teoriayderecho.tirant.com/index.php/teoria-y-derecho/article/view/249>

- Belando, B., y Montiel, G. (2010). La regulación de los contenidos audiovisuales: Presente y futuro. *Teoría y derecho: revista de pensamiento jurídico*, ISSN 1888-3443(7), págs. 227-242 Idioma: español.
- Beltramelli, F. (2017). *Políticas públicas y convergencia infocomunicacional en Uruguay: regulaciones e institucionalidad en los gobiernos del Frente Amplio en Uruguay (2005-2014)*. La Plata, Provincia de Buenos Aires: Universidad Nacional de la Plata.
- Beltrán, L. R. (2005). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: Un recuento de medio siglo. *Revista Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación*, 53-76 .
- Benaissa Pedriza, S. (2019). Medios impresos versus digitales: de la agónica lectura de periódicos a los nuevos consumos de información digital. *Open Edition Journals*, URL : <http://journals.openedition.org/argonauta/3855> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/argonauta.3855>.
- Beyer, H. (13 de Marzo de 2005). *La derecha y Piñera*. Obtenido de CEP: <https://www.cepchile.cl/cep/opinan-en-la-prensa/la-derecha-y-pinera>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2021). *Chile Nuestro País*. Obtenido de Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: https://www.bcn.cl/siit/nuestropais/index_html
- Biblioteca Nacional de Chile. (2021). *Los orígenes de la televisión chilena*. Obtenido de Memoria Chilena : <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-761.html>
- Bizberge, A. (9 de Octubre de 2018). *Observatorio Latinoamericano de Regulación Medios y Convergencia*. Obtenido de Gobierno de El Salvador presenta proyecto de ley para regular contenidos en radio, TV, espectáculos públicos, cine, publicidad e Internet: <https://www.observacom.org/gobierno-de-el-salvador-presenta-proyecto-de-ley-para-regular-contenidos-en-radio-tv-espectaculos-publicos-cine-publicidad-e-internet/>
- Bizberge, A. G. (2019). *Alcances y desafíos de la convergencia digital y su impacto para la elaboración de políticas de comunicación. Un estudio de la convergencia regulatoria en Argentina, Brasil y México (2000- 2017)*. Ciudad de Buenos Aires, Argentina.: Universidad de Buenos Aires (UBA).
- Blanco, O. R., & Oslund Rains, F. S. (2014). Teoría del bienestar y el óptimo de Pareto como problemas microeconómicos. *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas Abriendo Camino al Conocimiento Facultad de Ciencias Económicas, UNAN-Managua*, 2(3), 217-234.
- Bolaño, C. (2013). *Industria cultural, información y capitalismo*. Madrid: Gedisa Editorial.
- Brooks, N. E. (19 de Septiembre de 2021). Políticas públicas de comunicación. 9. (E.-H. Amelia A., Entrevistador)
- Bustamante Ramírez, E., & de Bustos, J. C. (2005). Los grupos de comunicación iberoamericanos a la hora de la convergencia. *Diálogos de la comunicación*, ISSN 1813-9248(72), 62-81.

- Bustamante, E. (1999). *La televisión económica: Financiación, estrategias y mercado*. Barcelona, España.: Gedisa Editorial.
- Bustamante, E., & Garnham, N. (2011). *Las industrias creativas*. Barcelona, España: Gedisa.
- Bustillo, Y. (13 de Mayo de 2020). 190 canales no han hecho el apagón analógico en Honduras. *El Herald*, págs. <https://www.elheraldo.hn/pais/1379407-466/190-canales-no-han-hecho-apagon-analogico>.
- CADEM. (2020). *Estudios*. Obtenido de CADEM Research & Estrategia: <https://cadem.cl/estudios/page/4/>
- CAinfo. (2021). *¿Qué es CAinfo?* Obtenido de CAinfo: <https://www.cainfo.org.uy/que-es-cainfo/>
- Cajal, A. (6 de Julio de 2020). *Las 13 Etnias del Ecuador con Mayor Población*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/etnias-del-ecuador/>
- Califano, B. (2021). Economía política de la comunicación: de sus orígenes a la consolidación del campo en América Latina. *Perspectivas de la comunicación*, 57-94.
- Camaeho Azurduy, C. A. (2009). América Latina: ¡La utopía está más viva que nunca! *Revista latinoamericana de comunicación CHASQUI*, 46-51.
- Cámara de telecomunicaciones del Uruguay. (2010). *Cámara de telecomunicaciones del Uruguay*. Obtenido de Andebu critica la ley de medios que elabora el Poder Ejecutivo: <https://www.telecomunicaciones.org.uy/index.php/andebu-critica-la-ley-de-medios-que-elabora-el-poder-ejecutivo/>
- Cancillería de Colombia. (2021). *Cancillería de Colombia*. Obtenido de Mercado Común del Sur (MERCOSUR): <https://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/mercosur>
- Capriles Arias, O. (1996). *Poder político y comunicación*. Caracas: U.C.V. Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico.
- Capriles, O. (1976). *El Estado y los medios de comunicación en Venezuela*. Caracas: UCV.
- Capriles, O. (1976). *El estado y los medios de comunicación en Venezuela*. Caracas: Instituto Investigaciones de la Comunicación-ININCO, U.C.V.
- Capriles, O. (Marzo- Abril de 1984). Comunicación y cultura en el reino de Big Brother. *Nueva sociedad*(71), 42-54.
- Carbonell, M. (1 de Diciembre de 2021). Tres años de López Obrador en México: aciertos, errores y reformas pendientes. *France 24*, págs. <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20211201-tres-anos-lopez-obrador-mexico-aciertos-errores-reformas-pendientes>.
- Cárdenas Morales, R. (5 de Octubre de 2013). *Evo Morales: “Antes sentía que el 80 o 90% de los medios eran mis opositores”*. Obtenido de Aquí: <http://www.semanarioaqui.com/index.php/de-sabado-a-sabado/1754-evo-morales-antes-sentia-que-el-80-o-90-de-los-medios-eran-mis-opositores>

- Carniel Bugs, R. (2012). *Los organismos reguladores del audiovisual y sus actuaciones en la zona EuroMediterránea*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Universitat Autònoma de Barcelona .
- Casas, M., & Hurtado, M. I. (30 de Julio de 2021). *¿Es el español el idioma oficial en Chile?* Obtenido de Pauta: <https://www.pauta.cl/factchecking/perro-de-caza/cual-es-el-idioma-oficial-en-chile-espanol-mapudungun>
- Castaño, P. (2017). *Contar lo bueno cuesta mucho*. Ciudad de México: FUNDAR.
- Castillo Esparcia, A., & Smolak-Lozano, E. (2017). *Lobbies y think tanks: Comunicación política en la red*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Cate, F. H. (2008). Method in our madness: Legal methodology in communications. En A. Reynolds, & B. Barnett, *Communication and law: Multidisciplinary approaches to research* (págs. 9-21). New Jersey, United States of America: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vKuRAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=Method+in+our+madness:+Legal+methodology+in+communications+law+research.&ots=ose8X6ByKS&sig=T1FawIR3iPwQGn6QJP6Rfytv6tA#v=onepage&q&f=true>
- Causas y Azares. (1996). Editorial. *Causas y Azares*, 4, 3-6. Obtenido de <https://ahira.com.ar/ejemplares/causas-y-azares-no-4/>
- Centeno, R. (2021). López Obrador o la izquierda que no es. *Foro internacional*, 61(<https://doi.org/10.24201/fi.v61i1.2716>), 163-207.
- Centre for Media Pluralism and Freedom. (31 de Diciembre de 2017). *The Centre for Media Pluralism and Media Freedom (CMPF)*. Obtenido de Media Pluralism Monitor 2017 results: https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/60773/CMPF_PolicyReport2017.pdf?sequence=4
- Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2020). *Monitoring media pluralism in the digital era*. Badia Fiesolana: European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies.
- CEPAL UN. (2021). *Uruguay - Sistema político electoral*. Obtenido de Observatorio de Igualdad de Género de América Latina y el Caribe: <https://oig.cepal.org/es/paises/22/system>
- CEPAL. (2018). *La revolución digital*. Santiago: Naciones Unidas.
- CESLA . (3 de Diciembre de 2021). *Mejóro la actividad en octubre y el desempleo se ubicó en 8%*. Obtenido de Circulo de estudio Latinoamericano: <https://www.cesla.com/detalle-noticias-de-uruguay.php?Id=26603>
- Chinchilla Marín, M. C. (1988). *La Radiotelevisión como servicio público esencial*. Madrid, España: Tecnos.

- CIESPAL. (21 de Febrero de 2018). *Propuesta del sector comunitario para reformar la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador*. Obtenido de CIESPAL: <https://ciespal.org/propuesta-del-sector-comunitario-para-reformar-la-ley-organica-de-comunicacion-del-ecuador/>
- Clark , T. (27 de Abril de 2020). *Business Insider*. Obtenido de The US box office is down by more than \$1.5 billion compared to this time last year, as the movie industry remains frozen: <https://www.businessinsider.com/how-much-2020-us-box-office-revenue-is-down-2020-4#:~:text=The%202020%20US%20box%20office,%243.37%20billion%2C%20according%20to%20Comscore.>
- CLARO. (2021). *CLARO*. Obtenido de Servicios TV: <https://www.claro.com.hn/personas/servicios/servicios-hogar/tv/planes-y-precios/>
- CNN. (3 de Diciembre de 2021). El Consejo Nacional Electoral de Honduras amplía el plazo para impugnaciones de los comicios del 28 de noviembre. *CNN*, págs. <https://cnnespanol.cnn.com/2021/12/03/honduras-amplia-plazo-impugnaciones-orix/>.
- CNTV. (2021). *Consejo Nacional de Televisión* . Obtenido de Denuncias Tramitadas Agosto 2021: <https://www.cntv.cl/denuncias/ranking-ultimo-mes/>
- CNTV. (2021). *X Encuesta Nacional de Televisión 2021: La TV abierta es el principal medio de información en Chile*. Obtenido de Consejo Nacional de Televisión: <https://www.cntv.cl/2021/11/16/x-encuesta-nacional-de-television-2021-la-tv-abierta-es-el-principal-medio-de-informacion-en-chile/>
- Coello, I. (30 de Noviembre de 2021). La presidenta electa de Honduras, Xiomara Castro anunció 30 propuestas para los primeros 100 días de gobierno, en el primer día convocará a una consulta popular para que el pueblo organice y elija la Asamblea Nacional Constituyente Originaria, que redacta. *Paradigma HN* , págs. <https://paradigma.hn/la-presidenta-electa-de-honduras-xiomara-castro-anuncio-30-propuestas-para-los-primeros-100-dias-de-su-plan-de-gobierno-entre-ellos-la-consulta-popular-para-que-el-pueblo-organice-y-elija-la-asambl/>. Obtenido de <https://paradigma.hn/la-presidenta-electa-de-honduras-xiomara-castro-anuncio-30-propuestas-para-los-primeros-100-dias-de-su-plan-de-gobierno-entre-ellos-la-consulta-popular-para-que-el-pueblo-organice-y-elija-la-asambl/>
- Colegio de periodistas de Honduras. (23 de Agosto de 2019). CPH pide eliminar artículos del Código Penal que violentan libertad de expresión. *Cuarto poder*, págs. <http://colegiodeperiodistasdehonduras.hn/wp/2019/08/23/cph-pide-eliminar-articulos-del-codigo-penal-que-violentan-libertad-de-expresion/>.
- Comisión de regulación de comunicación. (Octubre, 2021). *Agenda Regulatoria CRC 2022-2023 Propuesta al Sector*. Bogotá: CRC.
- Comisión Europea. (2021). *Cultura y Creatividad*. Obtenido de Sector audiovisual: <https://ec.europa.eu/culture/es/sectors/sector-audiovisual>

- Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2000). *DECLARACIÓN DE PRINCIPIOS SOBRE LIBERTAD DE EXPRESIÓN* . Obtenido de OEA Comisión Interamericana de Derechos Humanos: <https://www.cidh.oas.org/basicos/declaracion.htm>
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones . (04 de Noviembre de 2020). *Sistema Integrado de telecomunicaciones y administración del espectro (SITAE)*. Obtenido de SITAE CONATEL:
<http://181.210.2.136/SIGERPAC/Radiodifusion/MapaRD/MapaRD.aspx>
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones . (2021). *Comisión Nacional de Telecomunicaciones* . Obtenido de Marco Regulatorio :
<http://www.conatel.gob.hn/marco-regulatorio/>
- Comisión Nacional de Televisión. (21 de Noviembre de 2005). *Acuerdo 05 DE 2005*. Obtenido de Régimen Legal de Bogotá:
<https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18287#0>
- CONAR. (2018). *Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR)*. Obtenido de Código Chileno de Ética Publicitaria: <https://www.conar.cl/codigo-etica/>
- CONARP. (2021). *Comisión Nacional de Autorregulación Publicitaria* . Obtenido de La UCEP, comprometida desde hace 38 años con la autorregulación de la actividad publicitaria: <https://www.ucepcol.com/conarp-cjce>
- CONATEL . (2013). *NR016-13 Resoluciones* . Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta .
- CONATEL. (2002). *Reglamento General de la Ley Marco de Telecomunicaciones*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta.
- CONATEL. (2019). *Resolución NR019 13 Plan Nacional de Transición del Servicio de Radiodifusión de Televisión Analógica a Televisión Digital*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta.
- CONATEL. (26 de Diciembre de 2019). *Regulación / Resoluciones*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta. Obtenido de CONATEL:
<http://www.conatel.gob.hn/doc/Regulacion/resoluciones/2019/NR004-19.pdf>
- Concentración de medios y libertad de expresión: Normas globales y consecuencias para las Américas*. (2017). París, Francia: UNESCO.
- CONEVAL. (2021). *Pobreza en México*. Obtenido de Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social:
<https://www.coneval.org.mx/Medicion/Paginas/PobrezaInicio.aspx>
- Congreso Constituyente . (5 de Febrero de 1917). *Constitución de los Estados Unidos Mexicanos*. Obtenido de Diputados México:
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf_mov/Constitucion_Politica.pdf
- Consejo Nacional de Televisión. (2018). *Sistema televisivo Chileno*. Santiago.
- Consejo Nacional de Televisión. (2021). *Denuncias*. Obtenido de Consejo Nacional de Televisión: <https://www.cntv.cl/denuncias-3/>

- Contreras, P. (18 de Diciembre de 2019). *131 frases callejeras contra los medios, la televisión, la prensa, el periodismo y los periodistas en Chile*. Obtenido de Patricio Contreras: <https://pfcontrerasv.medium.com/131-frases-contra-los-medios-la-televisi%C3%B3n-la-prensa-el-periodismo-y-los-periodistas-en-chile-86e84cf2a73>
- Corona, S. (8 de Enero de 2021). López Obrador carga contra los organismos autónomos y prepara una reforma para eliminarlos. *El País*, págs. <https://elpais.com/mexico/2021-01-08/lopez-obrador-carga-contra-los-organismos-autonomos-y-prepara-una-reforma-para-eliminarlos.html>.
- Correo del sur. (19 de Abril de 2019). Alarma situación de la libertad de prensa en Bolivia, según Reporteros Sin Fronteras. *Correo del sur*, págs. https://correodelsur.com/mundo/20190418_alarma-situacion-de-la-libertad-de-prensa-en-bolivia-segun-reporteros-sin-fronteras.html.
- Corte IDH. (2018). *Cuadernillo de jurisprudencia de la Corte Interamericana Derechos Humanos No. 16*. San José, Costa Rica.: Corte Interamericana de Derechos Humanos.
- Cota, I. (2 de Agosto de 2021). La recuperación económica de EE UU impulsa las remesas hacia México a niveles históricos. *El País*, págs. <https://elpais.com/mexico/2021-08-02/la-recuperacion-economica-de-ee-uu-impulsa-las-remesas-hacia-mexico-a-niveles-historicos.html>.
- Cowhey, P., & Aronson, J. (2009). *Transforming global information and communication markets : The political economy of innovation*. Massachusetts: The MIT Press. Obtenido de Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com>
- CRC. (2021). *Agenda Regulatoria CRC 2022-2023 Propuesta al Sector*. Bogotá: Coordinación de Planeación Estratégica. Obtenido de <https://www.crcm.gov.co/uploads/images/files/281028%20Agenda%20Regulatoria%2022-23%20para%20publicaci%C3%B3n.pdf>
- CRC. (2021). *Comisión de Regulación de Comunicaciones*. Obtenido de Quienes somos: <https://www.crcm.gov.co/es/pagina/qui-nes-somos>
- CRC. (2021). *Estudio sobre la industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia*. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Bogotá: Comisión de Regulación de Comunicaciones-CRC.
- Criterio Hn. (05 de Septiembre de 2016). “Linterna Mágica” impulsa Ley del Cine ante El Congreso Nacional. *Criterio Hn*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <https://criterio.hn/linterna-magica-impulsa-ley-del-cine-ante-congreso-nacional/>
- Crovi Druetta, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 13-33.
- CRTC. (12 de 11 de 2020). *Canadian Radio-television and Telecommunications Commission*. Obtenido de Content Made by Canadians: <https://crtc.gc.ca/eng/cancon.htm>

- CRTC. (2015). *Let's Talk TV: The way forward – Creating compelling and diverse Canadian programming*. Ottawa,.: Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2015-86.
- Cuilenburg, J. v., & McQuail, D. (2003). Media Policy Paradigm Shifts Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*, 18, 181-207.
- Da Silva, M. (17 de Mayo de 2018). La regulación de Internet, el próximo desafío legal. *El País*, págs. <https://www.elpais.com.uy/negocios/noticias/regulacion-internet-proximo-desafio-legal.html>.
- DATASUR. (7 de Abril de 2021). Uruguay: Nivel de pobreza en el país alcanza al 11,6%. *Data Sur*, págs. Informes oficiales del INE respecto a la pobreza en Uruguay establecen que 116 personas de cada 1.000 no superan el ingreso mínimo para cubrir las necesidades básicas alimentarias y no alimentarias. Asimismo, Uruguay 180 aseveró que el índice de indigenc. Obtenido de Informes oficiales del INE respecto a la pobreza en Uruguay establecen que 116 personas de cada 1.000 no superan el ingreso mínimo para cubrir las necesidades básicas alimentarias y no alimentarias. Asimismo, Uruguay 180 aseveró que el índice de indigenc
- Datos macro. (2021). *Bolivia - Índice de Desarrollo Humano - IDH*. Obtenido de Datos macro: <https://datosmacro.expansion.com/idh/bolivia>
- Datos Macro. Alldatanow, S.L. . (15 de 09 de 2021). *Ecuador - Índice de Desarrollo Humano - IDH*. Obtenido de Expansion: <https://datosmacro.expansion.com/idh/ecuador>
- DATOS. (20 de Marzo de 2015). Preocupa incremento y acciones de violencia contra periodistas. *DATOS*, págs. <https://datos-bo.com/nacion/preocupa-incremento-y-acciones-de-violencia-contraperiodistas/>.
- De Soto Blass, M. F. (2013). *Economía del sector público: fórmulas, esquemas, resúmenes y gráficas*. Madrid, España: Dykinson.
- Defensoría del público. (4 de Miércoles de 2021). *Debate sobre los alcances del proyecto de Ley de medios audiovisuales en Uruguay*. Obtenido de Defensoría del público: <https://defensadelpublico.gob.ar/debate-sobre-los-alcances-del-proyecto-de-ley-de-medios-audiovisuales-en-uruguay/>
- Delgado, F. (2021). *¿Está en Netflix?* Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Editorial Autores de Argentina.
- Dente, B., & Subirats, J. (2011). *Decisiones públicas: Análisis y estudio de las procesos de decisión en políticas públicas*. (B. Dente, Ed.) Barcelona, España: Ariel.
- DGC. (2021). *Servicios*. Obtenido de Dirección general de Cinematografía: <https://dgcineatografia.gob.hn/>
- Diario UChile . (27 de Junio de 2021). Actores sociales y gremiales se pronuncian sobre regulación de los medios de comunicación en Chile. *Diario UChile* , págs. <https://radio.uchile.cl/2021/06/27/actores-sociales-y-gremiales-se-pronuncian-sobre-regulacion-de-los-medios-de-comunicacion-en-chile/>.

- Diario UChile. (2014). Se inicia proceso de consulta ciudadana sobre Televisión Digital. *Diario UChile*, <https://radio.uchile.cl/2014/07/26/se-inicia-proceso-de-consulta-ciudadana-sobre-television-digital/>. Obtenido de <https://radio.uchile.cl/2014/07/26/se-inicia-proceso-de-consulta-ciudadana-sobre-television-digital/>
- DiarioUchile. (23 de Junio de 2020). Venta de edificio de TVN con olor a privatización: Expertos y sindicatos exigen resguardo de la televisión pública. *diarioUchile*, págs. <https://radio.uchile.cl/2020/06/23/venta-de-edificio-de-tvn-con-olor-a-privatizacion-expertos-y-sindicatos-exigen-resguardo-de-la-television-publica/>.
- Díaz, R. (2001). Convergencia y regulación de contenidos: regulación de contenidos audiovisuales y su entorno convergente. *Regulación de los contenidos audiovisuales en un entorno convergente". La libertad de información: gobierno y arquitectura de Internet, III Seminario de Telecomunicaciones e Información, ISBN 84-607-2456-6, 76-83.*
- Disney DTC LATAM, Inc. (1 de Diciembre de 2021). *Disneyplus*. Obtenido de Disneyplus: <https://www.disneyplus.com/es-hn>
- Dorfman, A., y Mattelart, A. (2002). *Para leer al pato Donald*. Buenos Aires: Editores Argentina S.A.
- DW. (19 de Noviembre de 2021). Prensa de Bolivia rechaza proyecto "ley mordaza" que anula secreto profesiona. *DW*, págs. <https://www.dw.com/es/prensa-de-bolivia-rechaza-proyecto-ley-mordaza-que-anula-secreto-profesional/a-59228383>.
- DW. (19 de Septiembre de 2021). Colombia: asesinan a tiros al periodista Marcos Montalvo. *DW*, págs. <https://www.dw.com/es/colombia-asesinan-a-tiros-al-periodista-marcos-montalvo/a-59246035>.
- Economist Intelligence Unit. (2 de Febrero de 2021). *Global democracy has a very bad year*. Obtenido de Democracy Index: <https://www.economist.com/graphic-detail/2021/02/02/global-democracy-has-a-very-bad-year>
- Ecuador TV. (2021). *Actualidad*. Obtenido de Ecuador TV: <https://www.ecuadortv.ec/>
- EFE La Paz. (11 de Septiembre de 2010). Evo dice que "erradicará racistas" deñños de medios de. *ABC*, págs. <https://www.abc.com.py/edicion-impresa/internacionales/evo-dice-que-erradicara-a-racistas-duenos-de-medios-158762.html>.
- Eguren, F. (2017). Socialismo del siglo XXI y neoliberalismo. Opciones ideológicas diversas no siempre tienen efectos diferentes. *International Development Policy | Revue internationale de politique de développement [Online]*, 9(<https://doi.org/10.4000/poldev.2513>).
- El Heraldo. (07 de 04 de 2014). *Medios firman acuerdo de autorregulacion* . Obtenido de El Heraldo: <https://www.elheraldo.hn/pais/581581-214/medios-firman-acuerdo-de-autorregulacion>

- El País. (10 de Noviembre de 2021). Aumentó la aprobación de la gestión de Lacalle Pou, según Cifra. *El País*, págs. <https://www.elpais.com.uy/informacion/politica/aumento-aprobacion-gestion-lacalle-pou-cifra.html>.
- El País. (11 de Noviembre de 2019). ¿Es un golpe de Estado lo que ha pasado con Evo Morales en Bolivia? *El País*, pág. https://elpais.com/internacional/2019/11/11/actualidad/1573500916_562089.html.
- El País. (21 de Noviembre de 2021). Cae México en Índice Chapultepec sobre libertad de prensa. *El País*, págs. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/cae-mexico-en-indice-chapultepec-sobre-libertad-de-prensa>.
- El Siglo. (15 de Enero de 2020). *Todo igual: extranjeros y multimillonarios son dueños de la TV Chilena*. Obtenido de El Siglo, Semanario Digital: <https://elsiglo.cl/2020/01/15/todo-igual-extranjeros-y-multimillonarios-son-duenos-de-la-tv-chilena/>
- El Telégrafo. (23 de Julio de 2019). *La Supercom se extingue el 31 de julio tras 6 de años de vida*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/politica/3/supercom-proceso-liquidacion-ecuador>
- El Tiempo. (15 de Diciembre de 2020). *Colombia gana 26 puestos en desarrollo humano al incluir lo ambiental*. Obtenido de EL TIEMPO: <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/indice-de-desarrollo-humano-idh-como-esta-colombia-en-el-informe-2020-del-pnud-554998#:~:text=De%20acuerdo%20con%20el%20Informe,escalaf%C3%B3n%20del%20a%C3%B1o%20a%C3%B1o%20anterior.>
- El Universo. (10 de Diciembre de 2018). Supercom y linchamiento mediático, eliminados en reformas a Ley de Comunicación. *El Universo*, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/12/10/nota/7093215/supercom-linchamiento-mediatico-eliminados-reformas-ley/>.
- El Universo. (11 de Enero de 2011). En cuatro años, régimen cuenta con 19 medios de comunicación. *El universo*, págs. <https://www.eluniverso.com/2011/01/11/1/1355/cuatro-anos-regimen-cuenta-19-medios-comunicacion.html/>.
- El Universo. (24 de Mayo de 2021). Derogatoria del reglamento a la Ley de Comunicación, promesa del presidente Guillermo Lasso, es otra dura derrota para el correísmo. *El Universo*, págs. https://www.eluniverso.com/noticias/politica/derogacion-del-reglamento-a-la-ley-de-comunicacion-promesa-del-presidente-guillermo-lasso-es-otra-dura-derrota-para-el-correismo-nota/?modulo=interstitial_link&seccion=Noticias&subseccion=Pol%C3%ADtica&origen=/.
- El Universo. (3 de Marzo de 2016). 450 trabajadores de medios reciben certificado laboral. *El universo*, págs. <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/03/03/nota/5440662/450-trabajadores->

- medios-reciben-certificado-laboral/?outputType=amp. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/03/03/nota/5440662/450-trabajadores-medios-reciben-certificado-laboral/?outputType=amp>
- El universo. (6 de Junio de 2013). *En Honduras se concreta un acuerdo para la autorregulación de medios*. Obtenido de El universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2013/06/06/nota/996391/honduras-se-concreta-acuerdo-autorregulacion/>
- Embajada de Bolivia. (2021). *Embajada de Bolivia*. Obtenido de Información general: <https://www.embajadadebolivia.es/informacion-general/>
- Embajada de Estados Unidos en Honduras. (15 de Diciembre de 2017). *Departamento de justicia*. Obtenido de Ex diputado y empresario hondureño sentenciado a 36 meses en prisión por lavado de dinero: <https://hn.usembassy.gov/es/exdiputado-empresario-hondureno-sentenciado-36-meses-prision-lavado-dinero/>
- Empresa Estatal de Televisión Boliviana, Bolivia TV. (2021). *Empresa Estatal de Televisión Boliviana "BOLIVIA TV"*. Obtenido de Misión, visión y objetivos institucionales: <http://www.boliviavt.bo/principal/index.php?lang=es>
- Enciclopedia geográfica del Uruguay. (2021). *Enciclopedia geográfica del Uruguay*. Obtenido de Hidrografía: <http://www.montevideo.com.uy/enciclopedia/hidrogra.htm>
- Equipo de Reflexión, Investigación y Comunicación, ERIC-SJ. (2020). *Percepciones sobre la situación hondureña en el año 2020* (Vol. 10). (<https://eric-sj.org/wp-content/uploads/2020/07/Boleti%CC%81n-SOP-2020.pdf>, Ed.) El Progreso: Equipo de Reflexión, Investigación y Comunicación, ERIC-SJ.
- Escartin, E., Velasco, F., & González-Abril, L. (2005). La utopía impracticable de Adam Smith. *Grupo SEJ442, MCOSDE. Universidad de Sevilla*, 1-15.
- Espinoza Hulse, A. A. (2019). Medios públicos en Honduras: una propuesta de desarrollo y buenas prácticas. *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, 24, 95-112.
- Espinoza-Vasquez, F. K. (2018). Las TICS en Honduras: un análisis sociotécnico. *Anuario de Estudios Centroamericanos, Universidad de Costa Rica*, , 5-99.
- Estrella Tutivén, I. (2018). *La transformación de la televisión Ecuatoriana a raíz de la promulgación de la Ley Orgánica de comunicación* (Vol. 1). Málaga, España: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga.
- Estrella, I. (2019). *Más luces que sombras: El impacto de la ley orgánica de comunicación en la TV Ecuatoriana* (Vol. 1). Quito: Egregius Ediciones.
- Europa Press. (14 de Diciembre de 2020). Uruguay, la 'Suiza de América Latina' con uno de los PIB per cápita más altos de la región, según Mirabaud. *Europa Press*, págs. <https://www.europapress.es/economia/macroeconomia-00338/noticia-uruguay-suiza-america-latina-pib-per-capita-mas-altos-region-mirabaud-20201214151339.html>.

- European Audiovisual Observatory. (2003). *IRIS Special: Co-Regulation of the Media in Europe*. (D. S. M), Ed.) Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- European platform of regulatory authorities. (7 de 10 de 2011). *General information on EPRA*. Obtenido de European platform of regulatory authorities: <https://www.epra.org/>
- Exeni R, J. L. (2002). Bases para la planificación de la comunicación en la década del noventa. *Punto Cero*(versión On-line ISSN 1815-0276), S/N.
- Fariñas Dulce, M. J. (2016). Desregulación versus re-regulación: Las aporías del Estado de derecho. *Congreso de filosofía del derecho para el mundo Latino* (págs. 1-11). Alicante: Universidad de Alicante.
- Federación de Asociaciones de Periodistas de España. (22 de Abril de 2017). *Código Deontológico*. Recuperado el 21 de Septiembre de 2020, de Federación de Asociaciones de Periodistas de España: <https://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- Feenstra, R.-A. (2019). La correulación de la publicidad a debate: Una aproximación teórica. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, DOI: [https://doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.1\(2\)](https://doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.2.1(2)), 1-10.
- Fiss, O. M. (1999). *La ironía de la libertad de expresión*. Barcelona. España: Editorial Gedisa.
- France 24. (13 de Octubre de 2021). *Presentan acusación para destituir a Sebastián Piñera por los 'Pandora Papers'*. Obtenido de France 24: <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20211013-pi%C3%B1era-chile-juicio-politico-pandora-papers>
- France 24. (31 de Enero de 2020). *Chile: los medios de comunicación tradicionales no se escapan del descontento*. Obtenido de France 24: <https://www.france24.com/es/20200131-protestas-chile-desconfianza-medios-tradicionales-plataformas>
- Freedman, D. (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.
- Freedom house. (2021). *Freedom house*. Obtenido de Freedom house: <https://www.ciperchile.cl/2021/05/03/crisis-de-la-libertad-de-expresion-en-chile/>
- Freedom House. (31 de Diciembre de 2020). *Introduction*. Obtenido de Freedom House: <https://freedomhouse.org/reports/freedom-world/freedom-world-research-methodology>
- Fucatel. (26 de Junio de 2021). *SOBRE ALERTAS A POSIBLES AMENAZAS A LA LIBERTAD DE LOS MEDIOS*. Obtenido de Observatorio de medios: <https://www.observatoriofucatel.cl/sobre-alertas-a-posibles-amenazas-a-la-libertad-de-los-medios/>
- Función pública. (25 de Enero de 2010). *Ley 1381 de 2010*. Obtenido de Función pública: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=38741>

- Fundación GABO. (11 de Febrero de 2020). *Aumentan la censura y amenazas, revela informe anual sobre libertad de prensa en Colombia*. Obtenido de Fundación GABO: <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/noticias/aumentan-la-censura-y-amenazas-revela-informe-anual-sobre-libertad-de>
- FUNDAMEDIOS. (19 de Febrero de 2021). *ARCOTEL consagró la concentración de frecuencias de dos grupos mediáticos en Ecuador*. Obtenido de FUNDAMEDIOS: <https://www.fundamedios.org.ec/arcotel-consagro-concentracion-frecuencias/>
- G. M., y M. B. (2009). *Los dueños de la palabra : Acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI* . Buenos Aires : Prometeo Libros.
- García, J. (10 de Julio de 2020). *Crisis de TVN: ¿El final de la televisión pública?* Obtenido de Palabra Pública Universidad de Chile: <http://palabrapublica.uchile.cl/2020/07/10/crisis-tvn-final-television-publica/>
- García, J., y Sáez Baeza, C. (20 de Mayo de 2021). *CIPER*. Obtenido de Crisis de la libertad de expresión en Chile: <https://www.ciperchile.cl/2021/05/03/crisis-de-la-libertad-de-expresion-en-chile/>
- García, M. L., y Segovia, A. (2017). Buenas prácticas para la diversidad en la industria audiovisual. En L. Albornoz, & M. L. García, *Diversidad e industria audiovisual* (págs. 144-161). Ciudad de México, México: Fondo de cultura económica. doi:ISBN 978-607-16-4727-6
- Garnham, N. (1983). Toward a Theory of Cultural Materialism. *Journal of Communication* 33(3), DOI:10.1111/j.1460-2466.1983.tb02432.x, 314 - 329.
- Garnham, N. (1987). Concepts of culture: Public policy and the cultural industries. *Cultural Studies*, 1:1(DOI: 10.1080/09502388700490021), 23-37.
- Garro-Rojas, L. (2020). Alfabetización mediática en América Latina. Revisión de literatura: temas y experiencias. *Revista Educación*, 44, 1-22.
- Gavara de Cara, J. C., Bárcenas, J. d., & Capodiferro, D. (2015). *El control judicial de los medios de comunicación*. Barcelona: J.M Bosch.
- GlobeScan Incorporated. (21 de Septiembre de 2017). *Fake Internet Content a High Concern, but Appetite for Regulation Weakens*. Obtenido de GlobeScan: <https://globescan.com/fake-internet-content-a-high-concern-but-appetite-for-regulation-weakens-global-survey/>
- Gobierno Nacional . (10 de Enero de 2012). *Ley 1507 de 2012*. Obtenido de Función pública: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45327>
- Gobierno Nacional. (1995). *LEY 182 DE 1995*. Barranquilla: Diario Oficial.
- Gobierno Nacional. (1996). *Ley 335 de 1996*. Bogotá: Diario Oficial.
- Gobierno Nacional. (2006). *Código de la Infancia y la Adolescencia*. Bogotá: Diario Oficial. Obtenido de

https://www.oas.org/dil/esp/codigo_de_la_infancia_y_la_adolescencia_colombia.pdf

- Gobierno Nacional. (30 de Julio de 2009). *Leyes RTVC* . Obtenido de Secretaría Senado: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1341_2009.html
- Gómez, G., Franco, F., Gelves, F., & Nicolás, T. (2017). *En pocas manos: Mapa de la concentración de los medios de comunicación en Uruguay*. Montevideo, Uruguay: Friedrich-Ebert-Stiftung | Uruguay.
- González Pazos, J. (2019). *Medios de comunicación ¿Al servicio de quién?* Barcelona, España: CLACSO.
- Graglia, J. E. (2017). *Políticas Públicas 12 retos del Siglo 21*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Konrad Adenauer Stiftung.
- Graziano, M. (1974). Los dueños de la televisión Argentina. *Revista Comunicación y Cultura*, 175-212.
- GRETEL. (2005). *El Sector Audiovisual y su Evolución La Televisión. Retos y Oportunidades*. Andalucía occidental y Ceuta: Informes GRETEL. Colegio Oficial/Asociación de Ingenieros de Telecomunicación de Andalucía Occidenta.
- Grupo Banco Mundial. (2020). *Crecimiento del PIB (% anual)*. Obtenido de Grupo Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2020&locations=CO-HN-VE&start=1961&view=chart>
- Grupo Banco Mundial. (6 de Octubre de 2021). *Colombia: panorama general*. Obtenido de Banco Mundial : <https://www.bancomundial.org/es/country/colombia/overview#1>
- Grupo de regulación de las telecomunicaciones / Colegio oficial de ingenieros de telecomunicación. (2000). *VOLUMEN I*. Andalucía Occidental y Ceuta: GRETEL.
- Guback, T. (1994). *Counterclockwise: Perspectives on Communication*. Illinois: Westview Press; Edición: 1.
- Guzmán Mendoza, C. E. (2015). *Las políticas públicas* (Vols. ISBN 978-958-741-618-3 (PDF)). Barranquilla, Colombia: Universidad del Norte.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. . Barcelona: Gustavo Gili.
- Hallin, D. C., and Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. (Communication, Society and Politics)*. Cambridge: Cambridge University Press. doi:doi:10.1017/CBO9780511790867
- Hallin, D. C., and Mancini, P. (2007). *Un estudio comparado de los medios en América Latina* (Vols. ISBN: 978-84-08-07501-1). Madrid: Fundación Telefónica.
- Hamburger Fernández, Á. A. (2014). El socialismo del siglo XXI en América Latina: Características, desarrollos y desafíos. *Revista de Relaciones Internacionales, Estrategia y Seguridad*, 131-154.

- Hans Bredow Institute for Media Research, Interdisciplinary Centre for Law & ICT (ICRI), Center for Media and Communication Studies (CMCS). (2011). *Indicators for independence and efficient functioning of audiovisual media services regulatory bodies for the purpose of enforcing the rules in the AVMS Directive” (SMART 2009/0001)*. Hamburg: European Communities.
- Harnecker, M. (2011). Democracia y socialismo: el futuro enraizado en el presente. *Estudios críticos del desarrollo*, 1(1), 151–182.
- Hazte ver Ecuador. (15 de Septiembre de 2021). *13 de mayo de 1830, nace la República de Ecuador*. Obtenido de Hazte ver Ecuador: <https://hazteverecuador.com/13-de-mayo-de-1830-nace-la-republica-de-ecuador/>
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGrawHill.
- Hernández, M. (2015). *Políticas de comunicación. Estudio comparativo de las legislaciones audiovisuales de Argentina y España*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Hinkelammert, F. (1996). *El Mapa del emperador Determinismo, caos, sujeto*. San José, Costa Rica: Editorial DEI .
- Hootsuite & We Are Social. (2020). *Digital 2020: Honduras*. Data Reportal. Recuperado el 4 de November de 2020, de <https://datareportal.com/reports/digital-2020-honduras?rq=honduras>
- Huerta-Wong, J. E., & y Gómez García, R. (Junio de 2013). Concentración y diversidad de los medios de comunicación y las telecomunicaciones en México. *Comunicación y sociedad*, http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2013000100006.
- Human Rights Watch. (2021). *World report 2021 events od 2020*. New York: Human Rights Watch. Obtenido de <https://www.hrw.org/es/world-report/2019#>
- Humphreys, P. (2012). A political scientist's contribution to the comparative study of media systems in Europe: a response to Hallin and Mancini. *In Trends in Communications Policy Research (1 ed.)*. (European Communications Research and Education Association (ECREA); Vol. 7). Intellect Ltd.
- Hurtado, M. d. (1989). *Historia de la televisión en Chile*. Santiago, Chile: Ediciones Documentas.
- IFEX. (20 de Diciembre de 2018). IFEX-ALC expresa su preocupación por agresiones y vigilancia a la prensa en Bolivia Bolivia|Ataques . *IFEX América Latina y El Caribe*, págs. <https://ifex.org/es/ifex-alc-expresa-su-preocupacion-por-agresiones-y-vigilancia-a-la-prensa-en-bolivia/>.
- IFT. (2021). *Principales beneficios de la Reforma Constitucional y la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. Obtenido de Instituto Federal de Telecomunicaciones: <http://www.ift.org.mx/que-es-el-ift/principales-beneficios-de-la-reforma-constitucional-y-la-ley-federal-de-telecomunicaciones-y>

- INCAU. (2021). *Normativa*. Obtenido de Instituto Nacional del Cine y el audiovisual en Uruguay : <https://icau.mec.gub.uy/innovaportal/v/3375/3/mecweb/uruguay?breadid=null&3colid=1112>
- Index Mundi. (31 de Diciembre de 2019). *Distribución por edad de Ecuador*. Obtenido de Index Mundi: https://www.indexmundi.com/es/ecuador/distribucion_por_edad.html
- Infobae. (1 de Octubre de 2021). *ViacomCBS completó la compra de Chilevisión*. Obtenido de Infobae: <https://www.infobae.com/america/2021/10/01/viacomcbs-completo-la-compra-de-chilevision/>
- Instituto de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2019). *Tasa de alfabetización, total de jóvenes (% de personas entre 15 y 24 años) - Uruguay*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SE.ADT.1524.LT.ZS?locations=UY>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (10 de Enero de 2013). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de INEC presenta sus proyecciones poblacionales cantonales: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/inec-presenta-sus-proyecciones-poblacionales-cantonales/>
- Instituto Nacional de Estadística. (17 de Mayo de 2017). *EL EJE TRONCAL POSEE 76,1% DE LAS CONEXIONES A INTERNET*. Obtenido de INE: <https://www.ine.gob.bo/index.php/el-eje-troncal-posee-761-de-las-conexiones-a-internet/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2017). *Resumen de censos de población y vivienda*. Obtenido de Censos de Población y Vivienda: <https://www.ine.cl/estadisticas/sociales/censos-de-poblacion-y-vivienda>
- Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Aspectos geográficos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística: <https://www.ine.gob.bo/index.php/bolivia/aspectos-geograficos/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). *Solo el 45,5% de hogares en Ecuador tiene acceso a Internet, según el INEC Para hacer uso de este contenido cite la fuente y haga un enlace a la nota original en Primicias.ec: https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/ecuador-hogares-acceso-internet-i*. Obtenido de Promicias: <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/ecuador-hogares-acceso-internet-inec/>
- Internet Corporation for Assigned Names and Numbers. (01 de 01 de 2021). *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*. Obtenido de ICANN|ARCHIVES: <http://archive.icann.org/tr/spanish.html>
- Invest Chile. (17 de Diciembre de 2020). *Chile mantiene primer lugar regional en Índice de Desarrollo Humano*. Obtenido de Invest Chile: <http://blog.investchile.gob.cl/bloges/chile-mantiene-primer-lugar-regional-en-%C3%ADndice-de-desarrollo-humano>

- J. T. (1998). *“Los media y la modernidad”*: Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- Jaramillo, D. (2018). *The television code: Regulating the screen to safeguard the industry*. Austin, Texas: University of Texas press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture*. Barcelona: Paidós.
- Jordana, J., & Levi-Faur, D. (2005). *¿Hacia un Estado regulador Latinoamericano? La difusión de agencias reguladoras autónomas por países y sectores*. Barcelona, España: CIDOB edicions.
- Junta de Gobierno de la República de Chile. (1989; 2017). *Ley 18838. Crea el consejo nacional de televisión*. Santiago: Diario Oficial. Obtenido de <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=30214>
- Junta Directiva del Colegio de Periodistas de Honduras (CPH). (1979). *Ley Orgánica del Colegio de Periodistas de Honduras*. Tegucigalpa: Diario Oficial “LA GACETA.
- Kirschbaum, R. (21 de Octubre de 2005). CULTURA : UNESCO Diversidad cultural: aprueban un proyecto. *Clarín*, pág. 1. Recuperado el 04 de Octubre de 2020, de https://www.clarin.com/ediciones-anteriores/diversidad-cultural-aprueban-proyecto_0_r1lzQQv10tg.html
- La Autoridad Nacional de Televisión. (2018). *Resolución 650 de 2018 por la cual se Reglamenta el Servicio de Televisión Comunitaria*. Bogotá: Diario oficial.
- La Diaria Cultura. (17 de Febrero de 2021). El canal público dejará de llamarse Televisión Nacional Uruguay y volverá a ser Canal 5. *La Diaria Cultura*, págs. <https://ladiaria.com.uy/cultura/articulo/2021/2/el-canal-publico-dejara-de-llamarse-television-nacional-uruguay-y-volvera-a-ser-canal-5/>.
- La Hora. (25 de Agosto de 2021). Cinco puntos a debate en la Ley de Comunicación. *La Hora*, págs. <https://www.lahora.com.ec/pais/cinco-puntos-a-debate-en-la-ley-de-comunicacion/>.
- La Prensa. (16 de Diciembre de 2015). Rafael Callejas, primer expresidente hondureño preso en USA. *La Prensa*, <https://www.laprensa.hn/honduras/911686-410/rafael-callejas-primer-expresidente-hondure%C3%B1o-presos-en-eua>, pág. S/N.
- La Prensa. (2 de Diciembre de 2021). Fondo Monetario Internacional advierte colapso de países pobre. *La Prensa*, págs. <https://www.prensa.com/imprensa/economia/fmi-advierte-colapso-de-paises-pobres/>.
- La Tribuna. (17 de Junio de 2020). Lea el decreto para que televisoras y radios den una hora a la educación. *La Tribuna*, págs. <https://www.latribuna.hn/2020/06/17/lea-el-decreto-para-que-televisoras-y-radios-den-una-hora-para-educacion/>.
- La Vanguardia. (12 de Noviembre de 2019). *Los años más oscuros de Chile*. Obtenido de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20191108/471450047349/dictadura-chile-agosto-pinochet-represion.html>

- Lafuente, M. (2003). After the Washington Consensus. Restarting Growth and Reform in Latin America John Williamson y Pedro P. Kuczynsky, Washington D.C., Institute for International Economics. *Pontificia Universidad Católica Argentina. Facultad de Ciencias Sociales. Departamento de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales, Año IX nro. 14*, 1-3.
- Lamuedra Graván, M. (2012). *El futuro de la televisión pública*. Madrid, España: Popular.
- Larocca, N. (2020). *TeleSemana*. Obtenido de Honduras culpa al coronavirus de un nuevo retraso en el apagón analógico: <https://www.telesemana.com/blog/2020/04/30/honduras-culpa-al-coronavirus-de-un-nuevo-retraso-en-el-apagon-analogico/>
- Larocca, N. (28 de Febrero de 2020). *OTTs pagarán impuestos en Chile desde junio*. Obtenido de Telesemana : <https://www.telesemana.com/blog/2020/02/28/otts-pagaran-impuestos-en-chile-desde-junio/>
- León, O. (. (2013). *Democratizar la palabra: Movimientos convergentes en comunicación*. Quito, Ecuador: Agencia La noamericana de Información ALAI.
- Libertad Digital. (7 de Diciembre de 2012). Rafael Correa cierra una veintena de medios de comunicación. *Libertad Digital*, págs. <https://www.libertaddigital.com/mundo/2012-07-12/correa-ya-ha-echado-el-cierre-a-veinte-medios-de-comunicacion-en-ecuador-1276463671/>.
- Libois, B. (1994). *Ethique de l'information: Essai sur la déontologie journalistique*. Bruxelles, Belgique: Editions de l'Université de Bruxelles.
- Lijphart, A. (1971). Comparative Politics and the Comparative Method. *The American Political Science Review*, Vol. 65(No. 3), 682-693.
- Lindblom, C. (1980). *The policy-making process*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Loreti, D. (1995). El Derecho a la Información. Relación entre medios, público y periodistas. *. Editorial Paidós*, 1-49.
- Los Tiempos. (7 de Septiembre de 2019). Evo promulga ley que elimina la propaganda gratuita para medios. *Los Tiempos*, págs. <https://www.lostiempos.com/actualidad/pais/20190709/evo-promulga-ley-que-elimina-propaganda-gratuita-medios>.
- MacBride, S. (1980). *Un solo mundo, voces múltiples*. París, Francia: UNESCO.
- Maiso, J. (2018). Industria cultural: génesis y actualidad de un concepto crítico. *Escritura e Imagen 14*, 133-149.
- Maldonado, C. (30 de Marzo de 2021). EE UU condena a prisión “de por vida” por narcotráfico al hermano del presidente de Honduras. *El País*, págs. <https://elpais.com/internacional/2021-03-30/ee-uu-condena-a-prision-de-por-vida-por-narcotrafico-al-hermano-del-presidente-de-honduras.html>.

- Maldonado, E. (14 de Septiembre de 2021). Regulación en medios de comunicación. 12. (E.-H. Amelia A., Entrevistador)
- Martínez Heredia, F. (2008). Socialismo. *Cuadernos de Pensamiento Crítico RUTH N°1* , 13-39.
- Marx, K. (2017). *El Capital. Crítica de la economía política. Antología. Traducción de: Manuel Sacristán*. Madrid: Alianza Editorial. doi:ISBN: 978-84-206-7426-1
- Mastrini, G. (2013). *Las industrias culturales en Argentina*. Madrid, España: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.
- Mastrini, G. (2014). *Las industrias culturales en Argentina: Economía y política del sector audiovisual en la década del '90*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Mattelart, A. (1996). *La mondialisation de la communication*. Paris: PUF.
- Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Editorial Paidós.
- McChesney, R. W. (2007). *Communication Revolution: Critical Junctures and the Future of Media*. New York: New Press.
- McQuail, D. (1999). *Media power, professionals and policies*. (H. Tumber, Ed.) New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- McQuail, D. (2010). *Module 2: Unit 11 : Media Regulation*. Leicester: Department of Media and Communication Attenborough Building University of Leicester University Road Leicester.
- McQueen, H. (1977). *Australia's media monopolies*. Camberwell, Victoria, Australia.
- Media, Z. (2021). *Annual Forecast*. Obtenido de Zenith Media: <https://www.zenithmedia.com/product/media-consumption-forecasts-2019/>
- Medina Sierra, L. F. (2019). *Socialismo, historia y utopía*. Madrid, España: Akal S.A.
- Medina, M. (2015). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales* (Vol. 2). Barañáin (Navarra) - España, España: Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA).
- Medios Públicos UY. (2021). *Canal 5 medios públicos* . Obtenido de Medios Públicos : <https://mediospublicos.uy/category/television/canal-8/>
- Mejía, J. (30 de Julio de 2017). *Ley del Sistema Nacional de Prevención de Violencia no restringe libertades de expresión ni de prensa*. Obtenido de Secretaría de Participación, Transparencia y Anticorrupción: <https://www.transparenciaactiva.gob.sv/ley-del-sistema-nacional-de-prevencion-de-violencia-no-restringe-libertad-de-expresion-ni-de-prensa>
- Mendoza, N. (2 de Mayo de 2014). Recomiendan creación de un código de ética para el tratamiento de la violencia en los medios. *Presencia universitaria*, págs. <https://presencia.unah.edu.hn/noticias/recomiendan-creacion-de-un-codigo-de-etica-para-el-tratamiento-de-la-violencia-en-los-medios/>.

- Meneses Vera, F. J., y Perfetti Cornejo, G. N. (2014). *La televisión del Estado de Chile y su integradora expansión nacional por el extremo norte*. Obtenido de Observatorio de comunicacion: http://www.observatoriodecomunicacion.cl/sitio/wp-content/uploads/2014/11/PonMENESES_2.doc.pdf
- Mestman, M. E., & Mastrini, G. (1996). ¿Desregulación o re-regulación?: De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. *CIC: Cuadernos de información y comunicación*(2), 81-88.
- Mier, C., y Coronel, G. (2016). *O audiovisual contemporâneo: Mercado, educação e novas telas. La televisión pública em Ecuador y su programación*. Ciudad de Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Milosavljević, M., and Poler, M. (2019). Legal Analysis in Media Policy Research. En H. Van den Bulck, M. Puppis, K. Donders, & L. Van Audenhove, *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research* (págs. 519-541). Cham: Palgrave Macmillan. doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4_30
- MinCultura Colombia. (2021). *Lenguas Nativas y Criollas de Colombia*. Obtenido de MinCultura: <https://mincultura.gov.co/areas/poblaciones/APP-de-lenguas-nativas/Paginas/default.aspx>
- MinCulturas . (2021). *Dirección General de Lucha Contra el Racismo y Toda Forma de Discriminación*. Obtenido de Viceministerio de Descolonización y Despatriarcalización: <https://www.minculturas.gob.bo/viceministerio-de-descolonizacion-y-despatriarcalizacion/>
- MinEducación Colombia. (12 de Septiembre de 2018). *Tasa de analfabetismo en Colombia a la baja*. Obtenido de MinEducación Colombia: https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-376377.html?_noredirect=1
- Ministerio de Cultura y Patrimonio . (29 de Julio de 2020). *205 años del Primer Grito de Independencia del Ecuador, 10 de agosto de 1809*. Obtenido de Gobierno del encuentro: <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/205-anos-del-primer-grito-de-independencia-del-ecuador-10-de-agosto-de-1809/>
- Ministerio de Educación y Cultura. (2021). *Servicio de Comunicación Audiovisual Nacional (Secan)*. Obtenido de Ministerio de Educación y Cultura: <https://www.gub.uy/ministerio-educacion-cultura/institucional/estructura-del-organismo/servicio-comunicacion-audiovisual-nacional-secan>
- Ministerio de Industria, Energía y Minería . (2021). *Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual*. Obtenido de Ministerio de Industria, Energía y Minería : <https://www.gub.uy/ministerio-industria-energia-mineria/institucional/estructura-del-organismo/direccion-nacional-telecomunicaciones-servicios-comunicacion>
- Ministerio de obras públicas, servicios y vivienda. Viceministerio de Telecomunicaciones. (2012). *Plan Nacional de Frecuencias*. La Paz, Bolivia.

- Ministerio de relaciones exteriores . (2021). *Organización territorial*. Obtenido de Chile en el exterior: <https://chile.gob.cl/chile/sobre-chile/asi-es-chile/organizacion-territorial>
- Ministerio de relaciones exteriores. (3 de Agosto de 2017). *Ministerio de relaciones exteriores*. Obtenido de Sistema político: <https://chile.gob.cl/chile/sistema-politico>
- Ministerio Secretaría General de Gobierno. (1992). *Ley 19131 Modifica ley N° 18.838, sobre el Conejo Nacional de televisión*. Santiago: Congreso Nacional .
- MinTIC. (19 de Agosto de 2021). *MinTIC*. Obtenido de Acerca del MinTIC: <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Ministerio/Acerca-del-MinTIC/>
- Miranda, B. (20 de Octubre de 2019). Evo Morales: cómo hizo el presidente de Bolivia para poder presentarse a un cuarto mandato presidencial si la Constitución solo permite una reelección. *BBC News Mundo*, págs. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-49926169>.
- MOM. (02 de Marzo de 2020). *Media ownership monitor*. Obtenido de Media Ownership matters: <http://www.mom-rsf.org/en/>
- MOM. (2014). *Reporteros sin Fronteras*. Obtenido de Media ownership monitor Colombia: <https://colombia.mom-rsf.org/es/media/tv/>
- MOM. (2019). *Media Ownership Monitor*. Obtenido de Medios: <https://mexico.mom-rsf.org/es/medios/>
- Moncayo Jiménez, E. (2013). La evolución de las políticas regionales en los países andinos: una visión comparativa. *Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal*, 13(21), 7-39.
- Monge, Y. (22 de Abril de 2020). *El País* . Obtenido de Netflix suma casi 16 millones de nuevos usuarios durante la pandemia: <https://elpais.com/economia/2020-04-21/netflix-suma-casi-16-millones-de-nuevos-usuarios-durante-la-pandemia.html>
- Monje, D. I. (2013). *Políticas del audiovisual en el marco de la integración regional mercosureña. Período 1991-2007*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de la Plata.
- Morales Ayma, E. (2017). *Decreto Supremo N° 0181*. https://medios.economiayfinanzas.gob.bo/VPC/documentos/decretos/DS_0181_Texto_Compilado_2016.pdf, NORMAS BÁSICAS DEL SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS NB-SABS, La Paz.
- Morales, E. (2017). *Decreto Supremo 3152*. La Paz: La Gaceta Oficial .
- Morales, E. (2017). *Decreto Supremo N.3896*. La Paz: Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia.
- Morales, E. (2017). *Plan de Implementación de Televisión Digital Terrestre. 3152* (Vols. <https://att.gob.bo/sites/default/files/archivosvarios/D.S.%203152%20de%2019%20de%20abril%20de%202017%20>

- %20Plan%20de%20Implementación%20de%20Televisión%20Digital%20Terrestre.pdf). La Paz, Bolivia: La Gaceta Oficial.
- Mosco, V. (1993). Entrevista a Herbert I Schiller. *Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología)*, 1-20. doi:ISSN: 0213-084X
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. London: SAGE Publications Ltd.
- Muraro, H. (1974). *Neocapitalismo y comunicación de masa*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- Muraro, H. (1985). El "modelo" latinoamericano. *Telos*, 3 (Julio-septiembre), 78-82.
- Murciano, M. (2005). Las políticas de comunicación ante los retos del nuevo milenio: Pluralismo, diversidad cultural, desarrollo económico y tecnológico y bienestar social. *Zer, Revista de Estudios de Comunicación* 20 , 371 -398.
- Murdock, G., & Golding, P. (1973). For a Political Economy of Mass Communications. *Vol 10: Socialist Register*(<https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355>), 205-234.
- Murdock, G., & Golding, P. (1977). *Capitalism, Communication and Class Relations in Mass communication and society*. London: Edward Arnold [for] the Open University Press.
- Murdock, G., & Golding, P. (2005). Culture, communications and political economy. *Mass media and society*(4), 60-83.
- Murillo, J. (22 de Mayo de 2020). Medios digitales deberán de or. *La Prensa*, págs. <https://www.laprensa.hn/honduras/1381588-410/congreso-nacional-decreto-clases-medios-de-comunicacion-ano-escolar>.
- Naciones Unidas Honduras. (26 de agosto de 2021). *Presentación de resultados del Observatorio de Medios de Comunicación sobre Violencia contra las Mujeres y Niñas y Femicidios*. Obtenido de Naciones Unidas Honduras: <https://honduras.un.org/es/141728-presentacion-de-resultados-del-observatorio-de-medios-de-comunicacion-sobre-violencia-contra>
- Naciones Unidas. (6 de Marzo de 2001). *Decenios Internacionales*. Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/decolonization/secondinternatldecade.shtml>
- Napoli, P. M. (2001). *Foundations of Communications Policy: Principles and Process in the Regulation of Electronic Media*. Cresskill: Hampton Pr; UK ed. edición.
- Noam, E. M. (24 de September de 2011). International Media Concentration. *SSRN* , 1-36.
- Notimérica. (30 de Marzo de 2017). *¿En qué consiste la Ley de Comunicación de Ecuador?* Obtenido de Notimérica/política: <https://www.notimerica.com/politica/noticia-consiste-ley-comunicacion-ecuador-20161104124538.html>
- OBSERVACOM. (01 de Diciembre de 2015). *Observatorio Latinoamericano de regulación de medios y convergencia*. Obtenido de Quiénes somos: <https://www.observacom.org/quienes-somos/>

- OBSERVACOM. (10 de Julio de 2020). *MinTIC de Colombia propone apagón analógico de la TV abierta en fases entre junio de 2021 y diciembre de 2022*. Obtenido de OBSERVACOM: <https://www.observacom.org/mintic-de-colombia-propone-apagon-analogico-de-la-tv-abierta-en-fases-entre-junio-de-2021-y-diciembre-de-2022/>
- OBSERVACOM. (15 de Junio de 2021). *Universidad de la República de Uruguay advirtió que proyecto de nueva Ley de Medios “no cumple con estándares democráticos”*. Obtenido de OBSERVACOM: <https://www.observacom.org/universidad-de-la-republica-de-uruguay-advirtio-que-proyecto-de-nueva-ley-de-medios-no-cumple-con-estandares-democraticos/>
- OBSERVACOM. (17 de Junio de 2021). *Proyecto oficialista para una nueva Ley de Comunicación en Ecuador eliminaría organismo de fiscalización*. Obtenido de OBSERVACOM: <https://www.observacom.org/proyecto-oficialista-para-una-nueva-ley-de-comunicacion-en-ecuador-eliminar-organismo-de-fiscalizacion/>
- OBSERVACOM. (24 de Marzo de 2014). *Telecomunicaciones: contrarreforma de Peña Nieto genera rechazo masivo*. Obtenido de OBSERVACOM: <https://www.observacom.org/telecomunicaciones-contrarreforma-de-pena-nieto-genera-rechazo-masivo/>
- Observatorio Latinoamericano de Regulación de Medios y Convergencia. (2020). Suspendido hasta nuevo aviso el apagón analógico de la TV en Honduras por pandemia de COVID-19. *Observacom*, 1. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de [https://www.observacom.org/suspendido-hasta-nuevo-aviso-el-apagon-analogico-de-la-tv-en-honduras-por-pandemia-de-covid-19/#:~:text=La%20Comisi%C3%B3n%20Nacional%20de%20Telecomunicaciones%20\(CONATEL\)%20de%20Honduras%20inform%C3%B3%20que,de%20TV%20abierta%2](https://www.observacom.org/suspendido-hasta-nuevo-aviso-el-apagon-analogico-de-la-tv-en-honduras-por-pandemia-de-covid-19/#:~:text=La%20Comisi%C3%B3n%20Nacional%20de%20Telecomunicaciones%20(CONATEL)%20de%20Honduras%20inform%C3%B3%20que,de%20TV%20abierta%2)
- Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de la Fundación UNIR Bolivia. (2016). *Análisis del Desarrollo Mediático en BOLIVIA*. Quito: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).
- OEA. (11 de Marzo de 1994). *Declaración de Chapultepec*. Obtenido de Relatoría Especial para la Libertad de Expresión: <https://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=60&IID=2>
- OEA. (1948). *Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre*. Bogotá, Colombia: Comisión interamericana de derechos humanos.
- OEA. (1969). *Libertad de Pensamiento y de Expresión*. Obtenido de Artículo 13 - Convención Americana sobre Derechos Humanos: <http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=25&IID=2>
- OEC. (2019). *The Economic Complexity Observatory*. Obtenido de Uruguay exportaciones: <https://oec.world/es/profile/country/ury#:~:text=Exportaciones%3A%20Las%20principales%20exportaciones%20de,de%20Az%C3%BAcar%20U%20Otro...>

- Ojo, M. (2020). Co-operative and Competitive Enforced Self Regulation: The Role of Governments, Private Actors and Banks in Corporate Responsibility. *Journal of Financial Regulation and Compliance*(DOI: 10.1108/13581981111123852 ·), 4-22.
- Olavarría, D., Luzardo, A., y Mateo, M. (2021). *Detrás de cámaras: creatividad e inversión para América Latina y el Caribe: aprendizajes de una conversación con voces claves del sector audiovisual* (Vol. 1). Banco Interamericano de Desarrollo.
- ONU Derechos Humanos. (3 de Noviembre de 2016). *Ecuador / Libertad de expresión*. Obtenido de Relatores de ONU y la CIDH alertan sobre la aplicación arbitraria de la Ley Orgánica de Comunicaciones: <https://www.ohchr.org/ch/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=20827&LangID=S>
- Opinión. (27 de Marzo de 2020). Persona que desinforme será llevada a hospitales para atender a enfermos con Covid-19. *Opinión*, págs. <https://www.opinion.com.bo/articulo/pais/persona-desinforme-sera-llevada-hospitales-atender-enfermos-covid-9/20200327101129758666.html>.
- Oquendo, C. (5 de Octubre de 2019). Colombia es el segundo país más peligroso del mundo para las defensoras del medioambiente. *El País*, pág. https://elpais.com/internacional/2019/10/02/colombia/1569990540_165923.html.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (20 de Octubre de 2005). *UNESCO*. Recuperado el 2020, de Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura: <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text>
- Organización mundial de la propiedad intelectual. . (01 de 01 de 2021). *Organización mundial de la propiedad intelectual*. Obtenido de WIPO: <https://www.wipo.int/portal/es/>
- Organización Mundial del Comercio . (01 de 01 de 2021). *Organización Mundial del Comercio* . Obtenido de La OMC: https://www.wto.org/spanish/thewto_s/thewto_s.htm
- Ortiz León, C., & Suing, A. (abril-junio de 2016). La televisión ecuatoriana: pasado y presente. *Razón y Palabra*, 20(93), 135-152.
- Orús, A. (15 de Mayo de 2020). *STATISTA*. Obtenido de Ranking mundial de productoras cinematográficas más taquilleras de la historia: <https://es.statista.com/estadisticas/679877/ranking-mundial-de-productoras-cinematograficas-segun-la-recaudacion-en-taquilla/>
- Pachano, S. (2010). Ecuador: El nuevo sistema político en funcionamiento. *Revista de ciencia política (Santiago)*, 30(2), 297 - 317.
- Pais, A. (10 de Abril de 2017). ¿Por qué los uruguayos son sólo 3 millones desde hace más de 30 años? *BBC*, págs. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina->

39426996. Obtenido de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-39426996>
- Pallero, J. (6 de Febrero de 2018). *Comunicado: Ley que regula los actos de odio y discriminación en Internet de Honduras*. Obtenido de Acces now: <https://www.accessnow.org/comunicado-ley-que-regula-los-actos-de-odio-y-discriminacion-en-internet-de-honduras/>
- Pasquali, A. (1976). *Cultura de masas* (Vol. 3a. Edición). Caracas: Monte Avila Editores.
- Pasquali, A. (1991). *El orden reina : escritos sobre comunicaciones*. Caracas, Venezuela : Monte Avila Editores.
- Pendakur, M., Mosco, V., and Wasko, J. (1993). *Illuminating the blindspots : essays honoring Dallas W. Smythe*. Norwood, NJ : Ablex Publ.,.
- Perelló, L. (4 de Junio de 2020). La oposición de Honduras necesita aprender de sus errores. *Global americans*, págs. <https://theglobalamericans.org/2020/06/honduras-opposition-needs-to-learn-from-its-mistakes/>. Obtenido de Global americans: <https://theglobalamericans.org/2020/06/honduras-opposition-needs-to-learn-from-its-mistakes/>
- Pérez, E. (2014). *Guía legal del servicio público en Ecuador* (Vols. ISBN 978-9942-06-288-8). Quito, Ecuador: Corporación de Estudios y Publicaciones (CEP).
- Periódico Portafolio. (Octubre de 2021). *Registrador dice que Dane miente y que somos 55 millones en el país*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/economia/gobierno/registrador-critica-al-dane-y-dice-que-en-colombia-viven-55-millones-de-personas-557643>
- Peters, B. G. (1996). Futuras alternativas para La Administración Pública. *GAPP n.º 7-8*, <https://revistasonline.inap.es/index.php/GAPP/article/view/88/88>, 5-12.
- Picard, R. G. (2020). *Media and Communications Policy Making*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Pigeat, H., & Jean, H. (2003). *Ethique et qualité de l'information*. Paris, France: Académie des Sciences Morales et Politiques.
- Plata, G. S. (19 de Julio de 2014). *Observacom*. Obtenido de El fracaso y el éxito de la reforma estructural de las telecomunicaciones y la radiodifusión en México: <https://www.observacom.org/el-fracaso-y-el-exito-de-la-reforma-estructural-de-las-telecomunicaciones-y-la-radiodifusion-en-mexico/>
- PNUD. (2019). *Índice de desarrollo humano (IDH)*. Obtenido de Programa de las naciones unidas para el desarrollo: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>
- Poder Ejecutivo Federal. (2021). *Reforma a Ley federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*. Ciudad de México: Diario Oficial de la Federación.
- Poder Ejecutivo. (1995). *Acuerdo número 0395*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta.

- Poder Ejecutivo. (1996). *Código de la niñez y la adolescencia. Decreto No. 73-96*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta.
- Poder Ejecutivo. (2006). *Ley de participación ciudadana*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Parties/Honduras/Leyes/LeyParticipacion.pdf>
- Poder Ejecutivo. (2010). *Ley Especial para el Control del Tabaco*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta. Obtenido de [http://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/Ley%20Especial%20para%20el%20Control%20del%20Tabaco%20\(3,1mb\).pdf](http://www.poderjudicial.gob.hn/CEDIJ/Leyes/Documents/Ley%20Especial%20para%20el%20Control%20del%20Tabaco%20(3,1mb).pdf)
- Poder Ejecutivo. (2013). *Ley Marco del Sector de Telecomunicaciones (Decreto 325-2013)*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta.
- Poder Ejecutivo. (2017). *La Ley Electoral y de las Organizaciones Políticas (LEOP). Decreto No.44-2004*. Tegucigalpa: Diario Oficial La Gaceta.
- Poder Ejecutivo. (24 de Abril de 2020). *Servicios de difusión de contenido audiovisual*. Obtenido de Parlamento Uruguay: https://parlamento.gub.uy/documentosyleyes/ficha-asunto/145888/ficha_completa
- Poder Ejecutivo. (29 de Diciembre de 2014). *Ley de medios. Regulación de la prestación de servicios de radio, televisión y otros servicios de comunicación audiovisual*. Obtenido de Centro de información oficial : <https://www.impo.com.uy/bases/leyes/19307-2014>
- Poder Legislativo-Tribunal Superior de Cuentas. (06 de Diciembre de 2019). *Decreto No. 3-2019*. Congreso Nacional. Tegucigalpa: La Gaceta. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <https://www.tsc.gob.hn/web/leyes/Decreto-3-2019.pdf>
- Poder Legislativo. (1974). *Ley N° 14.235*. Montevideo: Registro Nacional de Leyes y Decretos. Obtenido de <https://legislativo.parlamento.gub.uy/temporales/leytemp7085462.htm>
- Poder Legislativo. (2006). *Ley de Participación Ciudadana (Decreto No. 3 de 2006)*. Tegucigalpa: La Gaceta. Obtenido de <https://observatoriop10.cepal.org/es/instrumentos/ley-participacion-ciudadana-decreto-no-3-2006>
- Poder Legislativo. (21 de Octubre de 1970). *Ley 17377 Televisión Chilena*. Obtenido de Biblioteca del Congreso Nacional de Chile: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=28963>
- Prajapati, K., Prajapati, J., Prajapati, A., & Patel, D. (2020). *OTT Platform, Business Model Project*. Nueva Delhi, India: Independiente.
- Presidente Constitucional del Estado Plurinacional de Bolivia. (2021). *Decreto Supremo 4628*. La Paz: Gaceta Oficial de Bolivia.
- Proceso. (23 de Septiembre de 2021). AMLO propone ley para que no se condicione la publicidad oficial "a hablar bien del gobierno". *Proceso*, págs. <https://www.proceso.com.mx/nacional/politica/2021/9/23/amlo-propone-ley-para->

que-no-se-condicione-la-publicidad-oficial-a-hablar-bien-del-gobierno-272573.html.

PRODU. (5 de Julio de 2018). *Produ*. Obtenido de Colombia comienza a cobrar impuestos a servicios OTT: <https://www.produ.com/noticias/colombia-comienza-a-cobrar-impuestos-a-servicios-ott>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo y Oxford Poverty and Human Development Initiative. (7 de Octubre de 2021). *PNUD*. Obtenido de El Índice de pobreza revela profundas desigualdades entre grupos étnicos: http://hdr.undp.org/sites/default/files/2021_mpi_report_es.pdf

Puppis, M. (2010). Media Governance: A New Concept for the Analysis of Media Policy and Regulation. *Communication, Culture & Critique*, doi:10.1111/j.1753-9137.2010.01063.x(Volume 3 Issue 2), 134-149.

Queirolo, R. (Junio de 2020). ¿Qué significa el «giro a la derecha» uruguayo? *Nueva Sociedad*, págs. <https://nuso.org/articulo/que-significa-el-giro-la-derecha-uruguayo/>.

Quirós, F. (2013). El debate sobre la información, la comunicación y el desarrollo en la UNESCO durante el siglo XX. *Revista Comunicación y Ciudadanía Digital - COMMONS*, 7-28.

Quirós, F., y Segovia, A. I. (1996). La conferencia de San José de Costa Rica (1976). *CIC. Cuadernos De Información Y Comunicación*, (2), 63-80.

Radio América. (9 de Agosto de 2019). Unesco declara a Bolivia país libre de analfabetismo. *Radio América*, págs. [http://www.radioamerica.hn/unesco-declara-bolivia-pais-libre-de-analfabetismo/#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20de%20las%20Naciones,estar%20considerado%20como%20pa%C3%ADs%20alfabetizado](http://www.radioamerica.hn/unesco-declara-bolivia-pais-libre-de-analfabetismo/#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20de%20las%20Naciones,estar%20considerado%20como%20pa%C3%ADs%20alfabetizado.). Obtenido de UNESCO: <http://www.radioamerica.hn/unesco-declara-bolivia-pais-libre-de-analfabetismo/#:~:text=La%20Organizaci%C3%B3n%20de%20las%20Naciones,estar%20considerado%20como%20pa%C3%ADs%20alfabetizado>.

Radio Nacional de Colombia. (13 de Junio de 2021). *La televisión colombiana: así fue la historia que inició el 13 de junio de 1954*. Obtenido de Radio Nacional de Colombia: <https://www.radionacional.co/cultura/historia-colombiana/la-television-colombiana-asi-fue-la-historia-que-inicio-el-13-de-junio>

Rahim, A. (2019). Governance and Good Governance A Conceptual Perspective. *Journal of Public Administration and Governance*, URL: <https://doi.org/10.5296/jpag.v9i3.15417>, 133-142.

Ramírez Bonilla, L. C. (2021). Una historia entrelazada sobre la llegada de la televisión a México y Colombia (1950-1955). *Revista de historia de América*, 137-159.

Ramos, A. (16 de Julio de 2020). *CNET en español*. Obtenido de Netflix sigue sumando suscriptores en todo el mundo: <https://www.cnet.com/es/noticias/netflix-continua-anadiendo-suscriptores-en-todo-el->

mundo/#:~:text=Luego%20de%20reportar%20una%20cifra,suscriptores%20en%20todo%20el%20mundo.

- Real Academia Española. (2020). *Real Academia Española*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/involuci%C3%B3n?m=form>
- RED . (2019). *Integridad en las políticas públicas: claves para prevenir la corrupción*. . Bogotá: CAF.
- RED COMAL . (2021). *RED COMAL* . Obtenido de Quiénes somos: <https://www.redcomal.org/hn/filosofia-institucional/>
- Relatoria Especial para la Libertad de Expresión. (2010). *Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente*. Comisión Interamericana de Derechos Humanos.
- Reporteros sin Fronteras. (15 de Septiembre de 2021). *Ecuador*. Obtenido de La violencia contra la prensa ha aumentado de forma preocupante: <https://rsf.org/es/ecuador>
- Reporteros sin fronteras. (2021). *Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2021*. Obtenido de Reporteros sin fronteras: <https://rsf.org/es/ranking/>
- Reporteros sin Fronteras. (2021). *Una referencia en la región*. Obtenido de Uruguay : <https://rsf.org/es/uruguay>
- Reporteros Sin Fronteras. (24 de Diciembre de 2014). *RSF saluda la adopción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*. Obtenido de Reporteros Sin Fronteras: <https://rsf.org/es/noticias/rsf-saluda-la-adopcion-de-la-ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual>
- Reporters without borders. (02 de Marzo de 2020). *Media ownership monitor*. Obtenido de Methodology: <http://www.mom-rsf.org/en/about/methodology/>
- Rey, D. (2013). *Las industrias culturales en relación al binomio derechos culturales desarrollo. El caso de Cien años de soledad*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Reyes, O. (2012). *Planeación estratégica para alta dirección*. Bloomington: Palibrio.
- Roa Chejín, S. (25 de Mayo de 2021). Lasso derogó el reglamento de la Ley orgánica de comunicación. *GK City*, págs. <https://gk.city/2021/05/25/lasso-derogo-reglamento-ley-organica-comunicacion/>. Obtenido de <https://gk.city/2021/05/25/lasso-derogo-reglamento-ley-organica-comunicacion/>
- Rodríguez , F. B. (2008). La Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales de la Unesco y su impacto en las políticas culturales de México. *Desafíos Universidad del Rosario, Vol. 19 (2008): (julio-diciembre)*, 10-41. Recuperado el 04 de Octubre de 2020, de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/desafios/article/view/406>

- Rodríguez Lozano, L. G., & Garza Hernandez, T. (2020). León Duguit y el servicio público: Ideas para el siglo XXI. *Revista Direitos Sociais e políticas públicas (UNIFAFIBE)*, 8, N.1 (I S S N 2 3 1 8 -5 7 3 2), 531-554.
- Rodriguez, D. (19 de Abril de 2017). Artículo 335B también fue incluido en Ley Antiterrorismo. *La Prensa Hn*, pág. 1. Recuperado el 04 de Noviembre de 2020, de <https://www.laprensa.hn/honduras/1064038-410/art%C3%ADculo-335-b-tambi%C3%A9n-fue-incluido-en-ley-antiterrorismo>
- Rodríguez, G. S. (2005). Cumbre mundial sobre la sociedad de la información: Desafíos. *Frónesis*, 12(2), 37-61.
- Romero, F. (8 de Agosto de 2020). Solo el 40% de los hondureños tiene acceso a Internet. *La prensa*, págs. <https://www.laprensa.hn/honduras/solo-40-hondurenos-tiene-acceso-internet-pandemia-covid-MHLP1399757>.
- Ros, J. (enero-marzo de 2012). La Teoría General de Keynes y la macroeconomía moderna. *Investigación económica*, Vol. LXXI(279), 19-37.
- RSF. (2016). *Concentración transversa*. Obtenido de Media Ownership Monitor Colombia : <https://colombia.mom-rsf.org/es/hallazgos/concentracion/>
- RSF. (2021). *Colombia*. Obtenido de Reporteros sin fronteras : <https://rsf.org/es/colombia>
- RTVC. (9 de Febrero de 2021). *Quiénes somos*. Obtenido de RTVC sistema de medios públicos: <https://www.rtv.gov.co/quienes-somos/quienes-somos>
- Salazar, C., y Del Castillo, S. (2018). *Fundamentos básicos de la estadística*. ISBN: 978-9942-30-616-6.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc.GrawHill.
- Sánchez Jaramillo, J. F. (17 de Agosto de 2021). La impunidad en asesinatos de periodistas en Colombia es del 78,8 % según la FLIP. *El Espectador*, págs. <https://www.elespectador.com/judicial/788-de-impunidad-en-asesinatos-de-periodistas-en-colombia-segun-la-flip/>.
- Sánchez Ruiz, E. E. (2006). Industrias Culturales, Diversidad y Pluralismo en América Latina. *CICCuadernos de Información y Comunicación* , 207-221.
- Sandoval, A. (2017). *Medios públicos en el Estado Plurinacional de Bolivia y su relación con el derecho a la información y comunicación (DIC)*. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés.
- Sandoval, E. (2 de Abril de 2020). Muere el expresidente de Honduras Rafael Leonardo Callejas Romero. *CCN*, págs. <https://cnnespanol.cnn.com/2020/04/05/alerta-muere-el-expresidente-de-honduras-rafael-leonardo-callejas-romero/>.
- Sandoval, L. R. (2019). Medios de comunicación, desarrollo y neocolonialismo. En torno a los orígenes del pensamiento comunicacional latinoamericano. *REVCOM. Revista científica de la red de carreras de Comunicación Social*, 9(DOI: <https://doi.org/10.24215/24517836e023>), S/N.

- Sarikakis, K. (2004). *Powers in Media Policy: The Challenge of the European Parliament*. London, UK: Peter Lang AG, Internationaler Verlag der Wissenschaften.
- Sarikakis, K., & Ganter, S. (2014). Priorities in global media policy transfer: Audiovisual and digital policy mutations in the EU, MERCOSUR and US triangle. *European Journal of Communication*, 17-33.
- Schuliatuer, I. (2014). *El poder de los medios*. Buenos Aires, Argentina: Capital intelectual.
- Sección de la Diversidad de las Expresiones Culturales. UNESCO. (2013). *Textos fundamentales*. París: UNESCO.
- Segovia, A. I. (2011). *La Estructura de los medios de comunicación en Estados Unidos: Análisis crítico del proceso de concentración multimedia*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Señal Colombia Proyecta. (17 de Marzo de 2021). *Mercado de Coproducción 2021: ¿seamos socios!* Obtenido de Señal Colombia Proyecta: <https://proyecta.senalcolombia.tv/anuncios/mercado-de-coproduccion-2021-seamos-socios>
- Señal Memoria. (12 de Junio de 2019). *Cinco hitos de los 67 años de la TV en Colombia*. Obtenido de Señal Memoria: <https://www.senalmemoria.co/articulos/cinco-hitos-de-los-67-anos-de-la-tv-en-colombia>
- Sepúlveda, N. (4 de Septiembre de 2021). Espionaje del Ejército a Mauricio Weibel: Fiscalía indaga monitoreo militar a otros cinco periodistas. *CIPER*, págs. <https://www.ciperchile.cl/2021/04/09/espionaje-del-ejercito-a-mauricio-weibel-fiscalia-indaga-monitoreo-militar-a-otros-cinco-periodistas/>.
- Shuliatuer, I. (2020). No tan polarizados. Los gobiernos de Evo Morales y los medios de comunicación en Bolivia. *Revista SAAP*, 14(2), 367-396.
- Sibaja, E. (3 de Noviembre de 2020). *Condé Nast*. Obtenido de ¿Cuándo llega Disney+ a México y cuánto costará?: <https://www.gq.com.mx/entretenimiento/articulo/cuando-llega-disney-plus-mexico-costo>
- Sierra Caballero, F. (2006). *Políticas de comunicación y educación: Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.
- Sierra Caballero, F. (2015). Editorial. La Utopía de la Comunicación. Una mirada desde América Latina. *CHASQUI Revista Latinoamericana de Comunicación*(129), 9-14.
- Sierra, F. (2005). *Políticas de comunicación*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.
- Silva Galván, P. (28 de Abril de 2020). El gobierno uruguayo impulsa una ley de medios que elimina límites a los monopolios . *Noticias de América Latina y El Caribe NODAL*, págs. <https://www.nodal.am/2020/04/uruguay-gobierno-impulsa-ley-de-medios-que-elimina-limites-contra-los-monopolios/>.
- SIP. (21 de Octubre de 2021). *Uruguay y Chile en las antípodas de Cuba, Nicaragua y Venezuela, en el barómetro de libertad de prensa "Índice Chapultepec" 2021*.

- Obtenido de Sociedad Interamericana de Prensa:
<https://www.sipiapa.org/notas/1214821-uruguay-y-chile-las-antipodas-cuba-nicaragua-y-venezuela-el-barometro-libertad-prensa-indice-chapultepec-2021>
- SITAE. (15 de 05 de 2021). *Mapas de radiodifusión*. Obtenido de Sistema integrado de telecomunicaciones y administración del espectro:
<http://181.210.2.136/SIGERPAC/Radiodifusion/MapaRD/MapaRD.aspx>
- SITAE. (2021). *Mapas de Radiodifusión Televisión*. Obtenido de Mapas de Radiodifusión:
<http://181.210.2.136/SIGERPAC/Radiodifusion/MapaRD/MapaRDRTV.aspx>
- Smythe, D. (2006). Réplica a Graham Murdock. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 22-30. doi:<https://dx.doi.org/10.5209/CIYC>
- Spiritto, F. (2020). *Ciencia política: Temas fundamentales*. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello. abEdiciones - Konrad Adenauer Stiftung.
- Statista Research Department. (16 de Septiembre de 2021). *Superficie destinada a tierras forestales en Colombia de 1990 a 2020(en millones de hectáreas)*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/1218096/superficie-territorio-forestal-colombia/>
- Statista. (Enero de 2022). *Ranking de las principales empresas de medios de comunicación del mundo en función del valor de mercado en 2021*. Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/680336/ranking-mundial-de-empresas-de-medios-de-comunicacion-por-valor-de-mercado/>
- Suárez, J. C. (1999). *Medios de comunicación y autocontrol*. Sevilla, España: Editorial Mad, S.L.
- SUBTEL. (2021). *Que es SUBTEL*. Obtenido de Subsecretaría de telecomunicaciones: <https://www.subtel.gob.cl/quienes-somos/historia-2/>
- Superintendencia de Industria y Comercio. (2011). *Ley 1480 Estatuto del Consumidor*. Bogotá: Diario Oficial. Obtenido de https://issuu.com/quioscotic/docs/estatuto_sept10_2018_v2
- Superintendente de Industria y Comercio. (3 de Noviembre de 2016). *Vigilar la publicidad en Colombia es una tarea conjunta de anunciantes y Estado: Superindustria*. Obtenido de Superintendencia de Industria y Comercio: <https://www.sic.gov.co/noticias/vigilar-publicidad-en-colombia-es-una-tarea-conjunta-de-anunciantes-y-estado>
- Swiss Info. (27 de Mayo de 2021). *Piden investigar la muerte violenta de 90 periodistas hondureños desde 2005*. Obtenido de SWISS INFO: https://www.swissinfo.ch/spa/honduras-violencia_piden-investigar-la-muerte-violenta-de-90-periodistas-hondure%C3%B1os-desde-2005/46656486
- TDT Colombia. (2018). *Televisión digital para todos Colombia*. Obtenido de tdtparatodos: <https://www.tdtparatodos.tv/>

- TeleSur Tv. (30 de Julio de 2021). Informe de ONU ratifica a Colombia como primer país productor de cocaína en el mundo. *TeleSur Tv*, págs. <https://www.telesurtv.net/news/colombia-primer-pais-productor-cocaina-informe-onu-20210730-0033.html>.
- Telesur. (12 de Mayo de 2021). *Elecciones en Chile: ¿Cuál es la situación económica del país?* Obtenido de Telesur Tv.net: <https://www.telesurtv.net/telesuragenda/chile-situacion-economica-elecciones-20210512-0021.html>
- Textos fundamentales de la Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. (2013). París, Francia: UNESCO.
- The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research. (2019). *Comparative Research In: The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research*. Zurich, Switzerland: Palgrave Macmillan, Cham. doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-16065-4_5
- TIGO. (2021). *TIGO*. Obtenido de ¿Qué es el servicio de Televisión Satelital (DTH) y cómo lo adquiero?: <https://ayuda.tigo.com.hn/hc/es/articles/360019527293--Qu%C3%A9-es-el-servicio-de-Televisi%C3%B3n-Satelital-DTH-y-c%C3%B3mo-lo-adquiero->
- Tiscornia, F. (2 de Enero de 2018). Los cambios de impuestos que comenzaron a regir en 2018. *El País*, págs. <https://www.elpais.com.uy/negocios/noticias/cambios-impuestos-comenzaron-regir.html>.
- Tobón Franco, N. (2015). *Libertad de expresión, derecho al buen nombre, a la honra y a la imagen: Guía para periodistas*. Bogotá, Colombia: Universidad del Rosario, Facultad de jurisprudencia.
- Tonon, G. (2011). La utilización del método comparativo en estudios cualitativos en ciencia política y ciencias sociales: Diseño y desarrollo de una tesis doctoral. *Kairos. Revista de temas sociales*, 27, 1-12. doi:ISSN 1514 - 9331
- Torres Calderón, M. (2014). *El poder de los Señores mediáticos en Honduras*. Tegucigalpa, Honduras: CEDOH.
- Toussaint, F. (Enero-abril de 2017). Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, núm. 229 , 223-242.
- Transparency International. (28 de Enero de 2021). *Transparencia Internacional*. Obtenido de CPI 2020: RESUMEN GLOBAL: <https://www.transparency.org/es/news/cpi-2020-global-highlights#>
- Trejo Delarbre, R. (2011). México: Medios, política y ciudadanos en la hora de la convergencia digital. *Plataforma democrática*, 1-17.
- Tremblay, G. (1988). La noción del servicio público. *Telos*, 14, 57–63.
- Tribunal Supremo Electoral . (2020). *Reglamento de propaganda y campaña electoral*. La Paz: Órgano Electoral Plurinacional Bolivia.

- TV News. (2 de Agosto de 2021). La TV pública de Uruguay cambia de nombre e identidad: TNU ahora es Canal 5. *TV News*, págs. <https://todotvnews.com/la-tv-publica-de-uruguay-cambia-de-nombre-e-identidad-tnu-ahora-es-canal-5/>.
- TV Parami. (13 de Febrero de 2012). *Marcelo del Pozo: “Ecuador TV está diseñado para formar, informar y educar”*. Obtenido de TV Parami: <https://tvparami.wordpress.com/2012/02/13/marcelo-del-pozo-ecuador-tv-esta-disenado-para-formar-informar-y-educar/>
- TVN . (2021). *Señal en vivo*. Obtenido de Televisión Nacional de Chile : <https://www.tvn.cl/>
- Twitter ACTVE_Ecuador. (Octubre de 2016). *ASOCIACIÓN DE CANALES DE TELEVISION DEL ECUADOR*. Obtenido de Twitter: https://twitter.com/actve_ecuador
- Twitter CCREA. (Diciembre de 2015). *CANALES COMUNITARIOS Y REGIONALES DEL ECUADOR ASOCIADOS*. Obtenido de Twitter: https://twitter.com/ccrea_tv?lang=es
- Udelar. (5 de Noviembre de 2021). *Foro debatió el lugar de los medios públicos en Uruguay*. Obtenido de Universidad de la República de Uruguay: <https://udelar.edu.uy/portal/2021/11/foro-debatio-el-lugar-de-los-medios-publicos-en-uruguay/>
- UNESCO . (2008). *Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. Paris: UNESDOC Biblioteca Digital. doi: ISBN:978-92-3-501002-2
- UNESCO. (1 de 1 de 2020). *Lista de los Estados Miembros y Miembros Asociados de la UNESCO al 1 de enero de 2020*. Obtenido de Instrumentos normativos: http://portal.unesco.org/es/ev.php-URL_ID=48897&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
- UNESCO. (15 de Septiembre de 2021). *UNESCO*. Obtenido de Nuevos desafíos de la regulación audiovisual en el mundo digital: <https://es.unesco.org/news/nuevos-desafios-regulacion-audiovisual-mundo-digital>
- UNESCO. (1948). *Declaración Universal de Derechos Humanos*. París, Francia: Asamblea General en su resolución 217 A.
- UNESCO. (2005). *Textos fundamentales: Convención de 2005 sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. Paris, Francia: UNESCO.
- UNESCO. (2015). *Repensar las políticas culturales*. Ciudad de México: UNESCO.
- UNESCO. (2017). *Management of Social Transformations (MOST) Programme*. Recuperado el 2020, de UNESCO : <https://en.unesco.org/themes/social-transformations/most>
- UNESCO. (2021). *La Alfabetización mediática e informacional*. Obtenido de UNESCO: <https://es.unesco.org/themes/alfabetizacion-mediatica-e-informacional>

- UNESCO. (3 de 5 de 2021). *UNESCO*. Obtenido de World Press Freedom Day: <https://en.unesco.org/commemorations/worldpressfreedomday>
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). (01 de 01 de 2021). *Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)*. Obtenido de Sobre la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT): <https://www.itu.int/es/about/Pages/default.aspx>
- Universidad de Costa Rica. (12 de marzo de 2016). *Ley participativa de radio y televisión*. Obtenido de Ley participativa: <http://leyderadioytele.ucr.ac.cr/%C2%BFc%C3%B3mo-nace-la-ley>
- Universidad de Costa Rica. Consejo Universitario.* . (17 de Octubre de 2017). Obtenido de Pronunciamiento sobre la necesidad de una nueva Ley de Radio y Televisión para Costa Rica: https://www.cu.ucr.ac.cr/uploads/tx_ucruniversitycouncildatabases/pronouncement/pronun83.pdf
- US Supreme Court. (23 de December de 1918). *International News Service v. Associated Press, 248 U.S. 215 (1918)*. Obtenido de Justia Opinion Summary and Annotations : <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/248/215/>
- Vaca, M. (12 de Septiembre de 2010). Bolivia: polémica ley contra el racismo. *BBC NEWS MUNDO*, pág. https://www.bbc.com/mundo/america_latina/2010/09/100912_bolivia_ley_racismo_periodistas_fp. Obtenido de https://www.bbc.com/mundo/america_latina/2010/09/100912_bolivia_ley_racismo_periodistas_fp
- Valdés, F. (10 de Octubre de 2021). *Deja de circular el diario Tiempo en Honduras*. Obtenido de Noticias de América: <https://www.rfi.fr/es/americas/20151028-deja-de-circular-el-diario-tiempo-en-honduras>
- Vallejo, S. E. (2015). Tratamiento de temas de violencia que realizan de los medios de comunicación en Honduras. *Revista de las Ciencias Sociales*, 1(1), 67-75.
- Valora Analitik. (16 de Abril de 2021). *Valora Analitik*. Obtenido de Arroz, pollo, cerdo, huevo, leche y pescado subirán de precio con reforma tributaria: <https://www.valoraanalitik.com/2021/04/16/arroz-pollo-cerdo-huevo-leche-y-pescado-si-se-gravaran-con-reforma-tributaria/>
- Vega, M., and Tapia, C. (27 de Marzo de 2021). Ataque a equipo de prensa de TVN: camarógrafo herido en ojo y tórax fue trasladado a hospital en Curanilahue. *La Tercera*, págs. <https://www.latercera.com/nacional/noticia/atacan-a-equipo-de-tvn-en-tirua/SN5TMZA5VZGSFGKX4FPW6NDYNM/>. Obtenido de <https://www.latercera.com/nacional/noticia/atacan-a-equipo-de-tvn-en-tirua/SN5TMZA5VZGSFGKX4FPW6NDYNM/>
- Vélez, R. (25 de Mayo de 2021). La Asamblea recibió el proyecto de Ley de Libre Expresión; contiene 14 artículos. *El Comercio*, págs.

<https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/asamblea-proyecto-ley-libre-expresion-lasso.html>.

- Verhulst, S., and Price, M. (2008). Comparative Media Law Research and its Impact on Policy. *International Journal of Communication* 2, 406-420. Obtenido de <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/323/164>
- Viceministerio de comunicación. (12 de Noviembre de 2021). *Viceministerio de comunicación* . Obtenido de Viceministra Alcón convoca a directores de medios de comunicación para analizar la desinformación: <https://www.comunicacion.gob.bo/?q=20211112/33377>
- Viceministerio de defensa de los derechos del usuario y del consumidor. (29 de Abril de 2015). *Resolución Ministerial 081/2015*. Obtenido de Resoluciones Ministeriales: <http://www.consumidor.justicia.gob.bo/index.php/normativa/resoluciones-ministeriales>
- Vidal, A. (2006). *Vidal, A. (2006). El servicio público audiovisual y la construcción del Estado autonómico: RTVE 1980-2006. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.*
- Villalobos Jiménez, A. (2006). Conflicto entre la libertad de información y el honor en España y Costa Rica. El interés público y la adecuación informativa. *Revista de Ciencias Jurídicas, ISSN 00347787*(111), 183-206.
- Vincent, J. (15 de 09 de 2021). *Sitio informativo de los gobiernos*. Obtenido de Sistema, forma y tipo de Gobierno de Ecuador: http://gobiernos.com.mx/gobierno_en_de_ecuador.html
- Vivanco Martínez, Á. (2007). Concentración de medios en las sociedades democráticas: ¿Peligro para la libertad de expresión o condición de subsistencia? *REV. DIALOGO POLITICO N°3. 2007*, 11-41.
- Vizcaíno, M. (2004). La legislación de televisión en Colombia: entre el Estado y el mercado. *Historia Crítica*, <https://doi.org/10.7440/historcrit28.2004.05>, 127-144.
- Watson, A. (9 de Diciembre de 2019). *STATISTA*. Obtenido de Leading film markets worldwide 2018, by gross box office revenue: <https://www.statista.com/statistics/252730/leading-film-markets-worldwide--gross-box-office-revenue/>
- Waxenecker, H. (2019). *Redes del poder político-económico en Honduras: un análisis post-golpe*. San Salvador, El Salvador: Heinrich Böll Stiftung.
- Winseck, D. (2017). Reconstructing the Political Economy of Communication for the Digital Media Age. (I. A. (IAMCR), Ed.) *The Political Economy of Communication, Vol 4, No 2* , 73–114. Obtenido de <http://polecom.org/index.php/polecom/article/view/72>
- Zallo, R. (1992). *El mercado de la cultura: Estructura económica y política de la comunicación*. Navarra, España: HIRUGARREN PRENTSA, S.L.

- Zallo, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 22(ISSN-e 1137-1102), 215-234.
- Zegada, M. T., y Komadina, J. (2014). *El espejo de la sociedad: poder y representación en Bolivia*. La Paz: Plural Editores.

Anexos

Anexo 1. Políticas públicas de comunicación Honduras. Entrevista

Guía de preguntas:

Pregunta No. 1 ¿Considera importante que se organice el sector audiovisual, para propiciar el desarrollo socio-cultural por medio de la formulación de políticas públicas audiovisuales?

Pregunta No. 2 ¿Cuál sería el modelo óptimo de regulación para el sistema de medios en Honduras?

Pregunta No. 3 ¿Cuáles serían los retos del proceso de formulación de políticas públicas televisivas para garantizar el derecho a la comunicación y la pluralidad de ideas en nuestro país?

Anexo 2. Encuesta de opinión políticas públicas audiovisuales

Encuesta de opinión sobre políticas públicas audiovisuales.

Buen día Comunidad Universitaria. Por favor responda a las siguientes preguntas teniendo en cuenta su experiencia personal. Marque la casilla que corresponda a cada pregunta, sus respuestas serán tratadas confidencialmente y utilizadas para fines académicos. Gracias por tomarse el tiempo necesario para rellenar esta encuesta.

1. ¿Cómo califica usted la calidad de producción audiovisual y de contenidos en la televisión hondureña? *

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

2. Sobre la televisión nacional. ¿Qué tanto influyen sus contenidos en la vida del hondureño? Su nivel de incidencia. *

- Demasiado
- Mucho
- Regular
- Poco
- Nada

3. ¿Cuál es el grado de poder que tienen los medios de comunicación sobre la política hondureña?
(Politics)

*

- Demasiado
- Mucho
- Regular
- Poco
- Nada

4. ¿Considera usted importante que se controlen los contenidos televisivos para propiciar el desarrollo sociocultural en el país por medio de la formulación de políticas públicas audiovisuales? *

- Si
- No sabe
- No

5. ¿Cuál sería el modelo óptimo para controlar la calidad de la televisión en Honduras? *

- Corregulación: Estado- Ente regulador autónomo conformado por academia, sociedad civil y medios de comunicación.
- Regulación Estatal: El Estado de Honduras controla la calidad de los contenidos televisivos.
- Autorregulación: Cada medio de comunicación se regula según su línea editorial y códigos deontológicos.

Anexo 3. Análisis general legislaciones

Análisis Comparado: Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica							
Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
Protección básica	Medidas de protección para la libertad de expresión	Sí/ No /No se especifica	Constitución Política del Estado. Art. 21 , inciso 5. Art.106 Garantiza el derecho que tiene todo boliviano a la libertad de expresión. Art. 72 5. En comunicación e información, como mecanismo que permita garantizar los derechos a la libre expresión,	Ley 19733 Sobre libertades de opinión e información y ejercicio del periodismo. Artículo 1.- La libertad de emitir opinión y la de informar, sin censura previa, constituyen un derecho fundamental de todas las personas. Su ejercicio incluye no ser	Constitución Política del Estado. Art.16, 20 y 67.	Constitución de la República del Ecuador. Art. 66. Reconoce y garantiza a las personas, entre otros, el derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones. Art. 17. Derecho a la libertad de expresión y opinión. Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de	Art. 5 Los servicios de comunicación audiovisual son soportes técnicos para el ejercicio del derecho humano a la libertad de expresión y a la libertad de información, preexistentes a cualquier intervención estatal. Les son aplicables la Constitución de la República, los instrumentos internacionales referidos tanto a la protección y promoción de la

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			a la diversidad de la palabra y a la participación activa, plural e informada de las bolivianas y los bolivianos.	perseguido ni discriminado a causa de las propias opiniones, buscar y recibir informaciones, y difundirlas por cualquier medio, sin perjuicio de responder de los delitos y abusos que se cometan, en conformidad a la ley.		cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.	libertad de expresión y de la diversidad de expresiones culturales tales como la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la Unesco, así como los emanados de los organismos del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, entre otros. Art. 8 La potestad del Estado de regular los servicios de comunicación audiovisual debe entenderse en el

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
							<p>marco de su obligación de garantizar, proteger y promover el derecho a la libertad de expresión en condiciones de igualdad y sin discriminación, así como el derecho de la sociedad a conocer todo tipo de informaciones e ideas. Artículo 22 (Libertad de expresión y derecho a la información). Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
							informaciones e ideas.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Medidas de protección para asegurar el derecho a la información	Sí/ No /No se especifica	Ley. 28168. Transparencia en la gestión pública del Poder Ejecutivo. Art. 4 el derecho a la información: “Se reconoce el derecho de acceso a la información a todas las personas como un presupuesto fundamental para el ejercicio pleno de la ciudadanía y fortalecimiento de la democracia”. Art. 6 Servicios	Ley 20285 Sobre el acceso a la información pública. Art. 1 LEY 19733 Se reconoce a las personas el derecho a ser informadas sobre los hechos de interés general.	Constitución de la República. Art.74. Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley.	Constitución Política de la República del Ecuador. Art.18. Todas las personas, en forma individual o colectiva, en forma tienen derecho a acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. Artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de	Art. 7 Garantía del derecho de las personas a acceder a una pluralidad de informaciones y opiniones. Art. 10 No discriminación. Se deberá garantizar igualdad de oportunidades para el acceso de los habitantes de la República a los servicios de comunicación audiovisual, de modo que puedan ejercer su derecho a la información y a la libertad de expresión con las solas exclusiones que esta ley determina con el

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			de telecomunicaciones. Son aquellos cuya provisión y prestación el Estado garantiza a los habitantes para el ejercicio del derecho al acceso universal a las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación.			comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana; Art. 22.- Derecho a recibir información de relevancia pública veraz.- Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de	objeto de sostener el mencionado principio y prevenir prácticas de favorecimiento. Art. 85... En particular su derecho a difundir, buscar y recibir ideas e informaciones.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						se dejará constancia expresa en la nota periodística.	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Medidas de protección para los periodistas y comunicadores sociales	Sí/ No /No se especifica	Ley 315 de 2012. Ley de seguro privado de vida invalidez permanente por accidentes, enfermedades en general u otras causas para las trabajadoras y los trabajadores de la prensa de Bolivia "Hermanos Peñasco Layme". Art. 130, CPE parágrafo II La Acción de Protección de Privacidad no	Colegio de Periodistas de Chile: ESTATUTOS REFORMADOS 2020. Ley de periodistas 19733	Decreto 4065 de 2011. Última actualización: 20 de octubre de 2021 - (Diario Oficial No. 51818 - 5 de octubre de 2021). Por el cual se crea la Unidad Nacional de Protección (UNP).	Comité Interinstitucional para la Protección de Periodistas y Trabajadores de la Comunicación, que coordinará operaciones de seguridad para reporteros y sus equipos en situaciones consideradas de riesgo. Dicho comité estará integrado por delegados de la Cancillería, el Ministerio del Interior; el Consejo de Regulación, Desarrollo y Promoción de la	CAPÍTULO V DERECHO DE LOS PERIODISTAS Art. 41 La actividad de los periodistas y trabajadores de los servicios de comunicación audiovisual será promovida y ejercida con los derechos, responsabilidades y garantías establecidos por la Constitución de la República y las leyes, en particular por lo dispuesto en la Ley N° 16.099 , de 3 de noviembre de 1989, y en la Ley N 18.515 , de 26 de junio de 2009, en lo

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>procederá para levantar el secreto en materia de prensa. El DS N° 20225 del Estatuto Orgánico del Periodista. Art. 11. Las fuentes u orígenes de las informaciones deben ser guardadas en reserva, dentro de un estricto secreto profesional, el cual no puede ser revelado, salvo orden del tribunal</p>			<p>Información; y de la Secretaría General de Comunicación. Art. 40. Derecho a la reserva de la fuente. Ninguna persona que difunda información de interés general, podrá ser obligada a revelar la fuente de la información. Esta protección no le exime de responsabilidad ulterior. Art. 41. Derecho a mantener el secreto profesional. Ninguna persona que realice</p>	<p>que le sean aplicables.</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			competente y la aplicación del artículo 1o de la Ley de Imprenta de 19 de enero de 1925. Ley 045 Artículo 18. (PROTECCIÓN DE VÍCTIMAS, TESTIGOS Y DENUNCIANTES). El Estado garantizará la seguridad física y psicológica de las víctimas, testigos y denunciantes de delitos de racismo y toda			actividades de comunicación social podrá ser obligada a revelar los secretos confiados a ella en el marco del ejercicio de estas actividades. Art. 42. Libre ejercicio de la comunicación. - Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social.	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			forma de discriminación.				

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Independencia política	Sí/ No /No se especifica	Art. 59 de la Ley General de Telecomunicaciones, Tecnologías de Información y Comunicación 13 No 164 de agosto de 2011, proveer de manera gratuita servicios de telecomunicaciones y tecnologías de la información y comunicación (TIC) en casos de emergencia que sean determinados por la Autoridad de	Artículo 13°. El Consejo no podrá intervenir en la programación de los servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción ni en la de los servicios limitados de televisión. Sin embargo, podrá: a) adoptar las medidas tendientes a evitar la difusión de películas que no corresponda	Art. 30. Adiciónese el parágrafo 1 al artículo 55 de la Ley 1341 de 2009 , que quedará así: Parágrafo 1o. Los actos y contratos de los canales regionales de televisión, en materia de producción, programación, comercialización y en general sus actividades comerciales, en cumplimiento de su objeto social, se regirá por las normas del derecho privado, y mantendrán su autonomía en la creación y emisión de contenidos, en el	Considerando. sobre temas relacionados con la comunicación y su regulación, y apoyaron masivamente la erradicación de la influencia del poder económico y del poder político sobre los medios de comunicación, así como el mejoramiento de la calidad de contenidos difundidos por los medios de comunicación, y el establecimiento de las consecuencias jurídicas para evitar	Art.16 (Independencia de los medios de comunicación). Los medios de comunicación tienen derecho a realizar su labor en forma independiente. Las presiones directas o indirectas ejercidas sobre los comunicadores son incompatibles con la libertad de expresión, así como la utilización del poder y los recursos económicos del Estado con el objetivo de presionar, castigar, premiar o privilegiar

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT). Art. 16 hace referencia al cumplimiento de las instrucciones y planes que fueran emitidos en situaciones de emergencia y seguridad del Estado.	calificar al Consejo de Calificación Cinematográfica y de programas o publicidad que atenten contra la moral, las buenas costumbres o el orden público;	marco de las disposiciones constitucionales y legales aplicables a la entrada en vigencia de la presente ley.	un uso abusivo e irresponsable de la libertad de expresión; y, Art. 10 f. Impedir la censura en cualquiera de sus formas, independientemente de quien pretenda realizarla; Art. 18 . Prohibición de censura previa. Queda prohibida la censura previa por parte de una autoridad, funcionario público, accionista, socio, anunciante o cualquier otra persona que en ejercicio de sus	a los comunicadores y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas. Art. 106 Queda prohibido el uso discriminatorio del mecanismo de otorgamiento o renovación de autorizaciones y licencias con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas o editoriales Artículo 114 (Prohibición de

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						funciones o en su calidad revise, apruebe o desapruebe los contenidos previos a su difusión a través de cualquier medio de comunicación, a fin de obtener de forma ilegítima un beneficio propio, favorecer a una tercera persona y/o perjudicar a un tercero. Los medios de comunicación tienen el deber de cubrir y difundir los hechos de interés público. La omisión deliberada y recurrente de la	censura indirecta).- Queda prohibido el uso discriminatorio del mecanismo de otorgamiento o renovación de autorizaciones y licencias con el objetivo de presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas o editoriales.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						<p>difusión de temas de interés público constituye un acto de censura previa.</p> <p>Art. 77.- Suspensión de la libertad de información. - La o el presidente de la República, en uso de sus atribuciones constitucionales, puede disponer la suspensión del derecho a la libertad de información, para lo cual debe cumplir las siguientes condiciones: Art. 105 En ningún caso, la</p>	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						administración del espectro radioeléctrico implica realizar actividades de control sobre los contenidos de los medios de comunicación.	

Pluralidad del mercado	Concentración (antimonopolio)	Si/ No se permite/ No se especifica	<p>Art. 107 Constitución parágrafo III: “Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios”.</p> <p>Art. 61 Ley 184 Las operaciones de concentración económica, cuyo objeto sea limitar, restringir, suprimir o distorsionar el ejercicio de la competencia o que pretendan el control o la exclusividad en la prestación de los servicios de telecomunicaciones y</p>	<p>DECRETO LEY N° 211 QUE FIJA NORMAS PARA LA DEFENSA DE LA LIBRE COMPETENCIA. Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y a la Fiscalía Nacional Económica.</p> <p>Art. 1 LEY 18838 Para efectos de esta ley, se entenderá por pluralismo el respeto a la diversidad social, cultural, étnica, política, religiosa, de género, de orientación sexual e identidad de género, siendo</p>	<p>Art. 29 ley-182-1995 la Comisión Nacional de Televisión, expedirá regulaciones tendientes a evitar las prácticas monopolísticas o de exclusividad con los derechos de transmisión de eventos de interés para la comunidad y podrá calificarlos como tales, con el fin de que puedan ser transmitidos por todos los operadores del servicio en igualdad de condiciones.</p> <p>Art. 34 ley-182-1995 Inversión extranjera. Se autoriza la inversión extranjera en sociedades concesionarias de espacios o programas de televisión, o canales zonales. Sin embargo, ésta estará limitada a un 15% del total del capital social</p>	<p>Considerando. Que, es justo impedir el oligopolio y monopolio, directo e indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico; Art. 99.- Concentración del espacio para la producción nacional. Un solo productor no podrá concentrar más del 25% de la cuota horaria o de la cuota de adquisiciones de un mismo canal de televisión.</p>	<p>Art. 11 Diversidad y pluralismo en el sistema de servicios de comunicación audiovisual). El Estado tiene el deber de garantizar la diversidad y el pluralismo en el sistema de servicios de comunicación audiovisual, en todos los ámbitos de cobertura, previniendo la formación de oligopolios y monopolios, así como reconociendo y promoviendo la existencia de servicios de comunicación audiovisual comerciales, públicos y comunitarios. Art.55 (Limitaciones a la cantidad de suscriptores de servicios de</p>
------------------------	-------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>tecnologías de información y comunicación, a través de la toma de control de uno o varios proveedores u operadores, mediante fusiones o absorciones, adquisición de propiedad o cualquier derecho sobre acciones o participaciones de capital, que otorguen al comprador el control sobre otro proveedor u operador o una capacidad de influenciar en sus decisiones; o que tengan vinculación por medio de directoras o</p>	<p>deber de los concesionarios y permisionarios de servicios de televisión, regulados por esta ley, la observancia de estos principios. Art. 50 18838 El 40% del total de las concesiones asignables para la televisión digital, entendiéndose por tales aquellas que queden disponibles luego de que se haya llevado a cabo la transición a que hace referencia el artículo primero</p>	<p>de la sociedad concesionaria y a que el país de origen del inversionista ofrezca la misma posibilidad de inversión a las empresas colombianas en condiciones de reciprocidad. Del regimen para evitar las prácticas monopolísticas Artículos 52 a 59 ley-182-1995. PARAGRAFO 4o. Se viola el régimen de inhabilidades cuando una persona, natural o jurídica, distinta de quien aparece como socio, accionista o propietario único resulta ser beneficiario real de más del diez por ciento (10%) de las acciones o cuotas partes de la sociedad concesionaria de los espacios, programas o canales zonales.</p>		<p>televisión para abonados). - El total de suscriptores de las empresas de televisión para abonados autorizadas en todo el territorio nacional no podrá superar el 25% (veinticinco por ciento) del total de hogares con televisión para abonados de todo el país. El total de suscriptores de las empresas de televisión para abonados autorizadas en todo el territorio nacional no podrá superar el 35% (treinta y cinco por ciento) del total de hogares con televisión para abonados de cada territorio donde existan otras autorizaciones o licencias de menor</p>
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>directores, o consejeras o consejeros comunes. En TDT podrán gestionar solamente 1 canal digital formado SD o HD. Art. 314 prohibición de monopolios y oligopolios privados u otras formas de asociación de personas naturales o jurídicas, sean bolivianas o extranjeras que tengan como finalidad controlar y tener la exclusividad en la producción y comercialización de bienes y servicios.</p>	<p>transitorio de la ley que permite la introducción de la televisión digital, serán destinadas a señales de radiodifusión televisiva digital de libre recepción regionales, locales y locales comunitarias, o para aquellas de carácter nacionales o regionales que el Consejo, por resolución, califique como culturales o educativas. Art. 3 Ley 19733 El pluralismo en el sistema informativo favorecerá la</p>	<p>RSF: Los ocho grupos mediáticos más grandes concentran el 78% de la audiencia transversal, lo que significa casi cuatro de cinco Colombianos reciben sus informaciones por medios de esas grupos. Los tres grupos mediáticos que mayor concentración de audiencia logran son: La Organización Ardila Lülle con 28,7%, el Grupo Santo Domingo con 19,5% y la Organización Luis Carlos Sarmiento Angulo con 7,3%. https://colombia.mom-rsf.org/es/hallazgos/concentracion/</p>	<p>alcance. En ambos casos el total de hogares con televisión para abonados se determinará conforme a los datos del último censo de población del Instituto Nacional de Estadística.</p>
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				expresión de la diversidad social, cultural, política y regional del país. Con este propósito se asegurará la libertad de fundar, editar, establecer, operar y mantener medios de comunicación social. Art. 5 Ley 19733 La Ley de Presupuestos del Sector Público contemplará, anualmente, recursos para la realización de estudios sobre el pluralismo en el sistema informativo nacional, los			
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				<p>que serán asignados mediante concurso público por la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica.</p> <p>Art. 10 LEY 20433 de radiodifusión</p> <p>No se podrá ser titular ni explotar a cualquier título más de una concesión de Servicios Comunitarios y Ciudadanos de Radiodifusión de Libre Recepción.</p> <p>Art. 1 Ley 20750 Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior,</p>			
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				no podrán otorgarse nuevas concesiones con medios propios a aquellas personas jurídicas que ya sean titulares de una concesión de la misma naturaleza, o bien controlen o administren a otras concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción, que hayan sido otorgadas por concurso público, en la misma zona de servicio, salvo que se trate de una segunda			
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				concesión con medios propios a que puede optar Televisión Nacional de Chile, y que tenga por objeto la transmisión de señales de la propia concesionaria de carácter regional o de otros concesionarios que no cuenten con medios propios, en cuyo caso se entenderá que la capacidad de transmisión de esta nueva concesión constituirá un remanente para todos los efectos contemplados			
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				en el artículo 17.			
--	--	--	--	-----------------------	--	--	--

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Límites legales para la propiedad	Sí/ No se establece/ No se especifica	<p>Art. 61. (Prohibiciones para los operadores y proveedores). 4. La formación de monopolios u oligopolios de forma directa o indirecta que impliquen la concentración de frecuencias del espectro radioeléctrico, en los servicios de radiodifusión, de acuerdo a lo establecido por reglamento. Art. 30 Ninguna</p>	<p>Art. 15 18838 Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso anterior, no podrán otorgarse nuevas concesiones con medios propios a aquellas personas jurídicas que ya sean titulares de una concesión de la misma naturaleza, o bien controlen o administren a otras concesionarias</p>	<p>Artículos 9 y 10 de la Ley 1340 Solicitud de autorización en el caso de integraciones empresariales a la La Superintendencia de Industria y Comercio.</p>	<p>Art. 113.- Prohibición de concentración. - La autoridad de telecomunicaciones no podrá adjudicar más de una concesión de frecuencia para matriz de radio en AM, una frecuencia para matriz de radio en FM y una frecuencia para matriz de televisión a una misma persona natural o jurídica en todo el territorio nacional.</p>	<p>Art.53 No puede de más de tres autorizaciones para prestar servicios de radiodifusión abierta de radio o televisión. Art. 51 (Monopolios y oligopolios).- Los monopolios u oligopolios en la titularidad y control de los servicios de comunicación audiovisual conspiran contra la democracia al restringir el pluralismo y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de las personas. Es</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>persona natural o jurídica, por sí o por interpuesta persona, podrá obtener licencia de radiodifusión en una misma área de servicio, para más de una estación de radio en una misma banda de frecuencias. En televisión abierta, no se podrá obtener licencia de radiodifusión en una misma área de servicio</p>	<p>de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción, que hayan sido otorgadas por concurso público, en la misma zona de servicio, salvo que se trate de una segunda concesión con medios propios a que puede optar Televisión Nacional de Chile, y que tenga por objeto la transmisión de</p>			<p>deber del Estado instrumentar medidas adecuadas para impedir o limitar la existencia y formación de monopolios y oligopolios en los servicios de comunicación audiovisual, así como establecer mecanismos para su control. Art. 54 (Limitaciones a la titularidad de servicios de televisión para abonados).- Una persona física o jurídica privada no puede ser beneficiada con la</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			para más de una estación de televisión analógica o digital. Esta misma restricción opera con relación a los accionistas de una empresa que cuenta con licencia para tales servicios.	señales de la propia concesionaria de carácter regional o de otros concesionarios que no cuenten con medios propios, en cuyo caso se entenderá que la capacidad de transmisión de esta nueva concesión constituirá un remanente para todos los efectos contemplados en el artículo 17. Art. 10			titularidad total o parcial de más de seis autorizaciones o licencias para prestar servicios de televisión para abonados en el territorio nacional ni más de una autorización o licencia para un mismo o similar ámbito de cobertura local

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				Las concesiones para radiodifusión sonora de libre recepción solicitadas por personas jurídicas con participación de capital extranjero superior al diez por ciento, sólo podrán otorgarse si se acredita, previamente, que en su país de origen se otorga a los chilenos derechos y			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				obligaciones similares a las condiciones de que gozarán estos solicitantes en Chile.			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
Inclusión social	Acceso para personas con discapacidad y minorías	Sí/ No/ No se especifica	8.Plurinacionalidad. El Estado está conformado por la totalidad de las bolivianas y los bolivianos, las naciones y pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales, y afrobolivianas que en conjunto constituyen el pueblo boliviano. DECRETO SUPREMO N° 0328	Art. 12 18838 El Consejo Nacional de Televisión deberá siempre velar por el cumplimiento de la ley N° 20.422 y su reglamento. En el caso que se emitan programas de acuerdo con el párrafo primero de esta letra b) los concesionarios y permisionarios deberán siempre incluir el	Resolución ANTV 350 de 2016. Derechos de la población sorda e hipoacúsica	Art. 37.- Derecho al acceso de las personas con discapacidad. - Se promueve el derecho al acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad. Para ello, los medios de comunicación social, las instituciones públicas y privadas del sistema de comunicación social y la sociedad desarrollarán progresivamente, entre otras, las siguientes medidas:	Ley N 17.817 de 2004 Lucha contra el racismo, la xenofobia y la discriminación. Art. 36 (Accesibilidad de personas con discapacidad auditiva y visual).- Los servicios de televisión abierta, los servicios de televisión para abonados en sus señales propias, y las señales de televisión establecidas en Uruguay que sean distribuidas por servicios para abonados, deberán brindar parte de su

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>ARTÍCULO 5.- (INTÉRPRET ES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES). I. Las empresas de televisión pública y privada, deben incluir la interp. Art. 5.- (INTÉRPRET ES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES). I. Las empresas de</p>	<p>correspondient e subtulado oculo para ser visualizado especialmente por personas con discapacidad auditiva. Se entenderá por campaña de interés público aquellas transmisiones diseñadas por el Ministerio Secretaría General de Gobierno, que se han de emitir con el objeto de proteger a la</p>		<p>traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema braille. El Estado adoptará políticas públicas que permitan la investigación para mejorar el acceso preferencial de las personas con discapacidad a las tecnologías de información y comunicación.</p>	<p>programación acompañada de sistemas de subtulado, lengua de señas o audiodescripción, en especial los contenidos de interés general como informativos, educativos, culturales y acontecimientos relevantes. decretos/160-2019 Artículo 22 (Obligación de articular mecanismos de accesibilidad). - Los servicios de televisión abierta, tienen la obligación de articular</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			televisión pública y privada, deben incluir la interpretación a la Lengua de Señas boliviana, por lo menos en uno de sus programas informativos diarios. II. El Órgano Ejecutivo promoverá la interpretación a la Lengua de Señas Boliviana de programas de interés general, cultural,	población y difundir el respeto y promoción de los derechos de las personas. Las campañas de interés público podrán tener carácter nacional o regional y deberán ser transmitidas con subtítulo y lenguaje de señas de acuerdo a lo establecido en el artículo 25 de la ley N° 20.422 que Establece			mecanismos de accesibilidad de sus contenidos a personas con discapacidad. Artículo 23 (Accesibilidad de programas informativos de la grilla). En un plazo máximo de tres (3) meses contados a partir de la aprobación de este reglamento los servicios de televisión abierta ubicados en Montevideo deberán incluir en un cuadro dentro de la imagen, a un o una intérprete de lengua de señas

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			recreativo, político, educativo y social, así como la utilización de tecnología apropiada que permita sustituir la información sonora de los programas, haciéndolas más accesibles, como las modalidades de Closed caption o texto escondido y/o Subtitulación.	Normas sobre Igualdad de Oportunidades e Inclusión Social de Personas con Discapacidad.			que, en tiempo real, traduzca los contenidos verbales de todos los programas informativos incluidos en su grilla.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
Participación de la sociedad civil	Sí/No Consultas/Declaraciones/protección al consumidor	Sí/No Consultas/Declaraciones/protección al consumidor	Ley 341 de participación Capítulo onceavo. Art. 54 Derechos y obligaciones de las usuarias y usuarios La CPE Art. 241 sobre participación y control social, parágrafo I El pueblo soberano, por medio de la sociedad civil organizada, participará en el diseño de las políticas públicas”, y en el parágrafo VI	Ley 20.500 Asociaciones y participación ciudadana en la Gestión Pública de Chile. Art.10° normas sobre contenidos. Cualquier persona que considere que un servicio de televisión ha infringido lo dispuesto en la Ley 18.838 o sus normas complementarias, podrá denunciarlo ante el Consejo,	Ley 1978 de 2019 28. Promover y reglamentar lo atinente a la participación ciudadana en los temas que puedan afectar al televidente, especialmente lo referido al control de contenidos audiovisuales.	Art. 10 El incumplimiento de las normas deontológicas establecidas en este artículo podrá ser denunciado por cualquier ciudadano u organización ante la Superintendencia de la Información y Comunicación, la que, luego de comprobar la veracidad de lo denunciado, emitirá una amonestación escrita, siempre que no constituya una infracción que amerite otra sanción o medida	Art. 27 (Derecho a la participación ciudadana). El Poder Ejecutivo deberá establecer mecanismos que garanticen la participación ciudadana en el proceso de elaboración y seguimiento de las políticas públicas para los servicios de comunicación audiovisual. Artículo 84 (Atribución). Atribúyese a la Institución Nacional de Derechos Humanos y Defensoría del

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			que “Las entidades del Estado generarán espacios de participación y control social por parte de la sociedad”. Ley 045 Artículo 17. La persona que en ejercicio de la función pública conociere hechos de racismo y toda forma de discriminación, está en la obligación de denunciar ante las autoridades	dentro de los 10 días hábiles siguientes a su ocurrencia, a través de la página web o a través de Oficina de Partes del CNTV. La denuncia se formulará por escrito. La Ley N° 19496 de protección de los derechos de los consumidores		administrativa establecida en esta Ley. Art.13.- Principio de participación.- Las autoridades y funcionarios públicos así como los medios públicos, privados y comunitarios, facilitarán la participación de los ciudadanos y ciudadanas en los procesos de la comunicación. Art. 38.- Participación ciudadana.- La ciudadanía tiene el derecho de organizarse libremente en	Pueblo, creada por la Ley N° 18.446, de 24 de diciembre de 2008, el cometido de defender y promover los derechos de las personas reconocidos en la presente ley.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			correspondiente; en caso de no hacerlo será pasible a 20 la sanción dispuesta en el Artículo 178 del Código Penal.			audiencias públicas, veedurías, asambleas, cabildos populares, consejos consultivos, observatorios u otras formas organizativas, a fin de incidir en la gestión de los medios de comunicación y vigilar el pleno cumplimiento de los derechos a la comunicación por parte de cualquier medio de comunicación. Art. 82.- Consejos ciudadanos.- Los consejos ciudadanos de los	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						medios públicos se conformarán obligatoriamente atendiendo las normas previstas en la Ley de Participación y Control Social. Los miembros de estos consejos no serán remunerados.	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Medios comunitarios	Si/No	Art. 7 Los Gobiernos Indígena Originario Campesinos Autónomos: Autorizar el funcionamiento de radios comunitarias en su jurisdicción, respetando las normas y políticas aprobadas por el nivel central del Estado.	Art. 12 ley 18838 El Consejo Nacional de Televisión deberá establecer un sistema escalonado de beneficios, de manera de favorecer especialmente la difusión de la programación de concesionarios regionales, locales y locales de carácter comunitario.	Decreto Legislativo 658 de 2020. Servicio de televisión étnica y afrocolombiana a la que se refiere el párrafo 2 del artículo 20 de la Ley 335 de 1996 , como acción afirmativa para que a través de los entes que por mandato legal del artículo 35 de la Ley 70 de 1993 se desarrollen procesos de etnoeducación. ARTÍCULO 23. Modifíquese el artículo 36 de la Ley 1341 de 2009 . Con el fin de promover la masificación del acceso a Internet en	SECCIÓN III Medios de comunicación comunitarios Art. 85.- Definición. crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión comunitarias; acceso a capacitación para la gestión	Ley N° 18.232 de fecha 22/12/2007 - Derecho a libertad de expresión. Radiodifusión comunitaria. Dispone normas relativas a la radiodifusión. Crea el Consejo Honorario Asesor de Radiodifusión Comunitaria y establece su integración y cometidos. (Ver: Decreto 417/010 del 30/12/2010. Art. 58 (Límites para la concentración de radiodifusión comunitaria).- Los límites a la

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				<p>LEY 20433 CREA LOS SERVICIOS DE RADIODIFUSIÓN COMUNITARIA CIUDADANA</p>	<p>todo el territorio nacional, los operadores del servicio de televisión comunitaria que se acojan al régimen de habilitación general y cumplan con las condiciones que sean definidas en la reglamentación expedida por el Gobierno nacional, se exceptúan del pago de la contraprestación periódica a favor del Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones por cinco (5) años, contados desde la entrada en vigencia de</p>	<p>comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios. Art. 110.- Adjudicación por concurso para medios privados y comunitarios.</p>	<p>concentración para el caso de servicios de radiodifusión comunitarios son los establecidos en la Ley N° 18.232, de 22 de diciembre de 2007. TÍTULO IX DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIOS CAPÍTULO III COMISIÓN HONORARIA ASESORA DEL SISTEMA PÚBLICO DE RADIO Y TELEVISIÓN NACIONAL Art. 174</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
					la reglamentación expedida por el Gobierno nacional, en virtud de la presente ley. Resolución 650 DE 2018 (junio 06) por la cual se Reglamenta el Servicio de Televisión Comunitaria		(Radiodifusión comunitaria). Los servicios de comunicación audiovisual comunitarios que utilicen espectro radioeléctrico, serán otorgados y prestados de conformidad con los requisitos, procedimientos, criterios y límites establecidos en la Ley N° 18.232, de 22 de diciembre de 2007. Para el otorgamiento de autorizaciones se requerirá el dictamen preceptivo del Consejo de

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
							Comunicación Audiovisual.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
Espectro radioeléctrico	Ente regulador del espectro	Nombre del ente/Ley	Disposiciones transitorias 9. Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes – ATT Art. 8 La administración, asignación, autorización, control, fiscalización y supervisión del uso de las frecuencias electromagnéticas en redes de telecomunicaciones, radiodifusión y	La Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones	Ley 1341 de 2009 Creó la Agencia Nacional del Espectro (ANE), como una Unidad Administrativa Especial del orden nacional, adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, sin personería jurídica, con autonomía técnica, administrativa y financiera.	Arcotel Agencia de Regulación y Control de las telecomunicaciones Art. 142 Ley orgánica de telecomunicaciones	Art. 65 Unidad Reguladora de Servicios de Comunicaciones (Ursec) en todo lo relativo a la utilización, control, fiscalización o supervisión del espectro radioeléctrico y los parámetros técnicos de operación de los servicios de comunicación audiovisual que utilicen dicho recurso, así como en todo otro asunto dentro del ámbito de sus competencias, cuando así lo dispongan las

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>otras en el territorio nacional corresponde al nivel central del Estado a través de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, de acuerdo al Plan Nacional de Frecuencias.</p>				<p>normas vigentes y toda vez que así se lo requieran dichos organismos. Decretos/160-2019 Artículo 6 será preceptivo para la elaboración de los reglamentos y pliegos de bases y condiciones que regirán los llamados para prestar servicios de comunicación audiovisual. Por asesoramiento técnico se entenderá aquel que contemple no sólo el análisis de los aspectos vinculados a la instalación, funcionamiento,</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
							calidad, regularidad y alcance de los servicios de comunicación audiovisual, sino también los aspectos económicos, jurídicos y aquéllos que el Consejo de Comunicación Audiovisual considere relevantes y sobre los cuales le solicite opinión.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Obligaciones de los licenciatarios	Normativa legal	Art. 9 (Uso del espectro radioeléctrico). Plan Nacional de Frecuencias. Art.7 11. Plan Nacional de Telecomunicaciones y Tecnologías de Información y Comunicación. Art. 26. El cumplimiento, de los requisitos para una adecuada operación y provisión del servicio y red de telecomunicaciones y	Ley N° 18.168. Art. 12 d) Recabar de los concesionarios de servicios de televisión, la información necesaria para el cumplimiento de sus funciones, estando obligado el requerido a remitirla, sin perjuicio de las limitaciones legales y reglamentarias que fijan al respecto.	Política pública del espectro 2020-2024 https://www.ane.gov.co/Documentos%20compartidos/ArchivosDescargables/Planeacion/poli-lineamientos-manuales/PoliticaEspectro/Politica_espectro_2020_2024.pdf	Plan nacional de frecuencias 2017	Entre ellas asegurar la continuidad del servicio TÍTULO VII DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMERCIAL. Art. 92 (Horarios mínimos). - La cantidad mínima de horas diarias de emisión de los servicios de radiodifusión abierta será de doce horas, sin perjuicio de lo dispuesto por la Ley N° 18.232, de 22 de diciembre de 2007, para los servicios de radiodifusión comunitaria.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			tecnologías de información y comunicación. 2. Mecanismos idóneos para la información y protección de los derechos de las usuarias y usuarios. 3. El adecuado acceso a los servicios para las personas en situación de discapacidad. 4. Los derechos y obligaciones en materia de interconexión de redes y la interoperabilidad de las redes,				Art. 100 (Carácter de la autorización o licencia). Art.98 (Inspecciones). - Las instalaciones desde donde operen los servicios de comunicación audiovisual podrán ser inspeccionadas, en cualquier momento. Art.97 (Deber de colaboración). - Los titulares de servicios de comunicación audiovisual tienen el deber de remitir a las autoridades competentes cuantos datos y documentos les requieran en el ejercicio de sus

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			derechos de la usuaria o usuario, tarifas, expansión y desarrollo de la red, recursos escasos, facturación, emergencia y otras. 5. La calidad del servicio. 6. La protección de los datos de las personas.				competencias. La información así obtenida será tratada de acuerdo con lo dispuesto en la Ley N° 18.331 , de 11 agosto de 2008. Art. 94 integrar las cadenas oficiales de trasmisión simultánea que determine el Poder Ejecutivo por resolución fundada.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Asignación de frecuencias	Subasta/Licitación /Libre	<p>Art. 10. (Distribución de frecuencias para radiodifusión) La distribución del total de canales de la banda de frecuencias para el servicio de radiodifusión en frecuencia modulada y televisión analógica a nivel nacional donde exista disponibilidad, se sujetará a lo siguiente: 1. Estado, hasta el</p>	<p>Art. 15 llamará a concurso público. El llamado se hará para una o varias localidades y para otorgar frecuencias específicas en una zona geográfica determinada. El llamado a concurso deberá publicarse en el Diario Oficial por tres veces, mediando no menos de tres</p>	<p>Art.29. Modifíquese el artículo 72 de la Ley 1341 de 2009. Previamente al proceso de otorgamiento del permiso de uso del espectro radioeléctrico de asignación o de concesión de servicios que incluya una banda de frecuencias, se determinará si existe un número plural de interesados en la banda de frecuencias correspondiente. En caso de que exista un número plural de interesados en dicha banda, y con el fin de maximizar el bienestar social, la cual incluye</p>	<p>Art. 106.- Distribución equitativa de frecuencias. - Las frecuencias del espectro radioeléctrico destinadas al funcionamiento de estaciones de radio y televisión de señal abierta se distribuirá equitativamente en tres partes, reservando el 33% de estas frecuencias para la operación de medios públicos, el 33% para la operación de medios privados, y 34%</p>	<p>Art. 63 Convocar, a través del Consejo de Comunicación Audiovisual, los llamados públicos y abiertos a interesados en obtener una autorización o licencia para brindar servicios de comunicación audiovisual y la respectiva concesión de uso de espectro radioeléctrico en caso de corresponder. Art. 119 (Procedimientos para otorgar autorizaciones). Como principio general, el Poder</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			treinta y tres por ciento.2. Comercial, hasta el treinta y tres por ciento.3. Social comunitario, hasta el diecisiete por ciento. 4. Pueblos indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas hasta el diecisiete por ciento. La asignación de frecuencias	ni más de cinco días hábiles entre cada publicación. El Consejo aprobará las bases del respectivo concurso, las que deberán incorporar los aspectos técnicos que informe la Subsecretaría de Telecomunicaciones. Art, 50 18838 El 40% del total de las concesiones asignables para	recursos para promover la inclusión digital, se aplicarán procesos de selección objetiva entre ellos la subasta, que atiendan a criterios como la masificación del acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la cobertura y la calidad en la prestación de los servicios Art. 48 Ley-182-1995 De las concesiones a los operadores zonales. Para los operadores zonales se realiza por licitación pública.	para la operación de medios comunitarios. Art. 108 1. Adjudicación directa de autorización de frecuencias para los medios públicos. 2. Concurso público, abierto y transparente para la adjudicación de frecuencias para los medios privados y comunitarios.	Ejecutivo otorgará las autorizaciones para brindar servicios de comunicación audiovisual no satelitales que utilicen espectro radioeléctrico, mediante la realización de un llamado público y abierto. Decretos/160-2019 Artículo 4 (Procedimiento para el otorgamiento de licencias a servicios de comunicación audiovisual que no utilicen recursos escasos)

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>se realizará de la siguiente forma: 1. Las frecuencias destinadas al Estado serán definidas por el Órgano Ejecutivo del nivel central. 2. Las frecuencias destinadas al sector comercial serán asignadas por licitación pública. Art. 28 Las licencias en radiodifusión no se otorgarán a personas naturales o</p>	<p>la televisión digital, entendiéndose por tales aquellas que queden disponibles luego de que se haya llevado a cabo la transición a que hace referencia el artículo primero transitorio de la ley que permite la introducción de la televisión digital, serán destinadas a señales de</p>			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			jurídicas extranjeras; en el caso de sociedades la participación de la inversión extranjera no podrá exceder el veinticinco por ciento, salvo lo determinado por el Estado a través de Convenios y Tratados Internacionales.	radiodifusión televisiva digital de libre recepción regionales, locales y locales comunitarias, o para aquellas de carácter nacionales o regionales que el Consejo, por resolución, califique como culturales o educativas.			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Renovación y período de licencia	Tiempo/Duración	Art.30. (Licencia de radiodifusión). Art.29 V. La vigencia de la Licencia Única será de quince años, pudiendo ser renovada por una sola vez por igual período, siempre que su titular haya cumplido con las disposiciones previstas en esta Ley y en sus reglamentos.	Ley 19.131 (1992) por 25 años. Art. 15º 18838.- Las concesiones de servicio de radiodifusión televisiva de libre recepción a que hace referencia el artículo 17 sólo se otorgarán a personas jurídicas cuyo plazo de vigencia no podrá ser inferior al de la concesión. Las concesiones de radiodifusión	Art. 12 de la Ley 1341 de 2009 PARÁGRAFO 2o. Los permisos para el uso del espectro radioeléctrico podrán ser cedidos hasta por el plazo del permiso inicial o el de su renovación, previa autorización del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El permiso para el uso del espectro radioeléctrico tendrá un plazo definido inicial hasta de veinte (20) años, el cual podrá renovarse a solicitud de parte por	Art. 116.- Plazo de concesión. - La concesión para el aprovechamiento de las frecuencias de radio y televisión se realizará por el plazo de quince años y será renovable para el mismo concesionario por una vez mediante concesión directa, debiendo para las posteriores renovaciones ganar el concurso organizado por la autoridad de telecomunicaciones	Art. 125. (Duración de las autorizaciones). Las autorizaciones para prestar servicios de comunicación audiovisual no satelitales que utilicen espectro radioeléctrico y la correspondiente concesión de su uso, se otorgarán por un plazo de diez años para servicios de radiodifusión de radio y de quince años para servicios de radiodifusión de televisión. Las renovaciones serán, en ambos casos, por

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				televisiva con medios propios durarán veinte años y las concesiones de radiodifusión televisiva con medios de terceros durarán cinco años. Dichas concesiones en todo caso estarán destinadas a la recepción libre y directa por el público en general. Art. 47 Los permisos para servicios limitados de	períodos de hasta veinte (20) años. Ley-182-1995 los operadores zonales son de 10 años, prorrogable		períodos de diez años.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				televisión serán de carácter indefinido, en caso que no ocupen frecuencias del espectro radioeléctrico, y durarán 25 años en los demás casos. Ley LEY 20433 de Radio Artículo 11. medios comunitarios - El plazo de las concesiones será de diez años, y la concesionaria gozará de			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				derecho preferente para su renovación, sujeto al cumplimiento de los fines comunitarios que originaron la concesión.			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Transferencia de licencias	Sí se permite/ No se permite /No se especifica	Art. 9 Los derechos de uso del espectro radioeléctrico derivados de una licencia de radiodifusión no podrán cederse, arrendarse, venderse, transferirse ni pignorarse, excepto en casos especiales y específicos establecidos en reglamento, debidamente aprobados por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de	Art. 15 No podrán ser concesionarios locales de carácter comunitario las organizaciones político partidistas. Las concesiones locales de carácter comunitario serán indelegables y se prohíbe su transferencia, venta o cesión directa o indirecta.	No se especifica	Art. 117.- Intransferibilidad de las concesiones. - Las concesiones de frecuencias que sean adjudicadas a cualquier persona natural o jurídica para el funcionamiento de medios de comunicación no forman parte de su patrimonio, y por lo tanto está prohibido todo acto que esté orientado a que otra persona natural o jurídica distinta disfrute o se beneficie del uso de dichas	Art. 109 (Transferencia de la autorización o licencia). - A efectos de transferir, ceder, vender, donar o realizar cualquier otro negocio jurídico que implique, directa o indirectamente, un cambio total o parcial en la titularidad de las autorizaciones o licencias, se requerirá aprobación del Poder Ejecutivo, previo informe del Consejo de Comunicación Audiovisual. Artículo 112 (Arrendamiento del

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			Telecomunicaciones y Transportes.	Art.16 18838.- En caso de transferencia, cesión, arrendamiento u otorgamiento del derecho de uso, a cualquier título, del derecho de transmisión televisiva de libre recepción, cuando se trate de concesionarios con medios propios, se requerirá la autorización del Consejo,		concesiones de frecuencias.	servicio). - No se podrá realizar el arrendamiento de un servicio de comunicación audiovisual a un tercero. Art.100 (Carácter de la autorización o licencia). - Las autorizaciones o licencias para la instalación y funcionamiento de los servicios de comunicación audiovisual se otorgarán con carácter personal. Art. 63 Autorizar las transferencias de la titularidad de servicios de

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				<p>previo informe favorable de la Fiscalía Nacional Económica. Art. 1 Ley 20750 Las concesiones locales de carácter comunitario serán indelegables y se prohíbe su transferencia, venta o cualquier forma de cesión directa o indirecta. Art. 1 Ley 20750 e) los permisionarios</p>			<p>comunicación audiovisual, previo informe del Consejo de Comunicación Audiovisual y de la Dirección Nacional de Telecomunicaciones y Servicios de Comunicación Audiovisual. Decretos/160-2019 Artículo 7 (Trámites en línea). - Para los procedimientos de transferencia de concesiones, autorizaciones, licencias y permisos para prestar servicios de comunicación audiovisual, deberán utilizarse los</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				de servicios limitados de televisión deberán difundir en la región o localidad en que operen, y siempre que sea técnicamente factible, a lo menos cuatro canales regionales, locales o locales de carácter comunitario en sus respectivas grillas o parrillas programáticas.			trámites en línea actualmente utilizados por la URSEC.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Tipos de sanciones	Muy graves, graves, leves/ Mixtas	Art.40. (REVOCATOR IA). La Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes, revocará las licencias y terminará los contratos, según corresponda por las siguientes causales:	Párrafo 1° 19733 De las infracciones al Título III. Intervienen varias dependencias legales. 419 del Código Penal. Injurias, calumnias.	Ley 1978 de 2019 Art. 30. Sancionar a los operadores, concesionarios de espacios de televisión y contratistas de televisión nacional cuando violen las disposiciones constitucionales y legales que amparan específicamente los derechos de la familia y de los niños. De acuerdo con la reglamentación aplicable, los infractores se harán acreedores de las sanciones de amonestación, suspensión temporal del servicio hasta por	Art. 112.- Terminación de la concesión de frecuencia. -	Art. 65 Aplicar las sanciones correspondientes a las infracciones cometidas dentro del marco de sus competencias, según lo dispuesto por la Ley N° 17.296 , de 21 de febrero de 2001, en la redacción dada por la Ley N° 18.719 , de 27 de diciembre de 2010.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
					cinco (5) meses o caducidad o revocatoria de la concesión o licencia, según la gravedad de la infracción y la reincidencia. En todo caso, se respetarán las normas establecidas en la Ley sobre el debido proceso.		

	Ayudas y exenciones	Si aplica/ No aplica	<p>Art. 36 Por su carácter social, la operación de redes públicas y provisión de servicios de telecomunicaciones en el área rural, están exentas del pago de tasas y derechos de asignación y uso de frecuencias y de los aportes al financiamiento de los proyectos de telecomunicaciones orientados al acceso universal de las telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación.</p> <p>Art.64 Los servicios de radiodifusión</p>	<p>Art. 48 18838 Todo subsidio o financiamiento previsto en el presente artículo deberá considerar, además, la convergencia tecnológica de los medios respecto de los cuales se asignan</p>	<p>Art. 20. Modifíquese el artículo 24 de la Ley 1341 de 2009 Para el caso de los servicios de televisión abierta radiodifundida, prestado por aquellos operadores que permanezcan en el régimen de transición en materia de habilitación, y de radiodifusión sonora, el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones transferirá a la CRC el valor equivalente a la contribución anual a la CRC. Los operadores públicos del servicio de televisión se mantendrán exentos del pago de la contribución a la CRC.de que trata el presente artículo. Fondo para el Desarrollo de la Televisión y los</p>	<p>Art. 86.- Acción afirmativa.- El Estado implementará las políticas públicas que sean necesarias para la creación y el fortalecimiento de los medios de comunicación comunitarios como un mecanismo para promover la pluralidad, diversidad, interculturalidad y plurinacionalidad; tales como: crédito preferente para la conformación de medios comunitarios y la compra de equipos; exenciones de impuestos para la importación de equipos para el funcionamiento de medios impresos, de estaciones de radio y televisión</p>	<p>TÍTULO XI COSTO DE LICENCIAS Y PRECIO POR USO DE ESPECTRO</p> <p>Servicios con área de servicio exclusivamente en el interior del país:</p> <p>* Exonerados: Los titulares de servicios de radiodifusión estarán exonerados de este pago durante los primeros tres años de obtenida la concesión de uso de espectro originaria, en caso que no hayan contado en el pasado con otra concesión para uso de espectro en la misma categoría de servicio (radio o televisión).</p>
--	---------------------	----------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>provistos por los pueblos y naciones indígena originario campesinos, y las comunidades interculturales y afrobolivianas, están exentos del pago del uso de frecuencias y del derecho de asignación siempre que utilicen frecuencias establecidas en el Plan Nacional de Frecuencias y cumplan con los aspectos técnicos relacionados con su uso. III. Los servicios de radiodifusión</p>		<p>Contenidos (FonTV) de que trataba la Ley 1507 de 2012 ARTÍCULO 21. Modifíquese el artículo 34 de la Ley 1341 de 2009</p>	<p>comunitarias; acceso a capacitación para la gestión comunicativa, administrativa y técnica de los medios comunitarios.</p>	
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>providos por los sectores social comunitario en el área urbana pagarán, la tasa de regulación y el derecho de asignación, exceptuando el derecho de uso de frecuencia.</p> <p>Artículo 64. (EXENCIÓN).</p> <p>I. Están exentos del pago de tasas y derechos por utilización de frecuencia, siempre que utilicen frecuencias establecidas en el plan nacional de frecuencias y cumplan con los aspectos técnicos relacionados con su uso: 1.</p>				
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

			<p>Las telecomunicaciones vinculadas a la seguridad, soberanía y defensa del Estado establecidas por el Órgano Ejecutivo del nivel central del Estado, así como las de carácter social, relacionadas con la educación, salud y emergencias.</p> <p>Art. 65 Se crea el Programa Nacional de Telecomunicaciones de Inclusión Social – PRONTIS, dependiente del Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda,</p>			
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

			destinado al financiamiento de programas y proyectos de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación, que permitan la expansión de redes de telecomunicaciones y desarrollo de contenidos y aplicaciones, para el logro del acceso universal en áreas rurales y de interés social.				
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
Órgano regulador y de monitoreo	Composición y estructura	Consejo, Directorio, Comisión, etc.	De la ATT un Consejo integrado por Ministro de Obras Públicas, Servicios y Vivienda o su representante, en calidad de Presidente del Consejo; Viceministro de Telecomunicaciones; Viceministro de Transportes y dos representantes de organizaciones sociales y/o usuarios. ATT y la	Consejo Nacional de Televisión 1°.- Que la Constitución y la ley atribuyen al Consejo Nacional de Televisión, la función de velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, mediante la supervigilancia y fiscalización del contenido de las emisiones que	Comisión de Regulación de Comunicaciones. Art. 15. 2019 Art. 19 de la Ley 1341 de 2009	SUPERCOM (ELIMINADA 2019) Art. 55.- Superintendencia Comunicación.- La Superintendencia de la Información y Comunicación es el organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control, con capacidad sancionatoria, de administración desconcentrada, con personalidad jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, presupuestaria y	Art. 66 Consejo de Comunicación Audiovisual. Responsable de la aplicación, fiscalización y cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y su reglamentación en todo lo que no se encuentre bajo la competencia del Poder Ejecutivo o de la Ursec.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			Autoridad de Fiscalización y Control Social de Empresas (AEMP) entes responsables para ejecutar las leyes antimonopólicas.	por medio de ellos se efectúan NORMAS GENERALES SOBRE CONTENIDOS DE LAS EMISIONES DE TELEVISIÓN CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN		organizativa; que cuenta con amplias atribuciones para hacer cumplir la normativa de regulación de la Información y Comunicación. Sanccionadora	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Competencias y atribuciones	Sancionadora/ consultiva/ propositiva	No se regula específicamente el contenido solo el 35% de producción nacional Art. 97. Multa y Art 98. Inhabilitación temporal	Art. 1 LEY 18838. Para los efectos de velar por el correcto funcionamiento de los servicios de televisión, tendrá su supervigilancia y fiscalización, en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen, salvo en las materias técnicas normadas y supervisadas por la	Concepto CRC 514820 de 2020. 19. Podrán ser sujetos de imposición de multas diarias por parte de la CRC hasta por 250 salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha de la ocurrencia de los hechos, por cada día en que incurran en esta conducta, según la gravedad de la falta y la reincidencia en su comisión. 27. Vigilar y sancionar aquellas conductas que atenten contra el pluralismo informativo, el régimen de inhabilidades de	Art. 56.- Atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación Sancionadora 4. Aplicar las sanciones establecidas en el marco de esta Ley y de la regulación que emita la autoridad reguladora; y,	Art. 68 Aplicar todas las sanciones establecidas en el Capítulo correspondiente de la presente ley, salvo las que son de exclusiva competencia del Poder Ejecutivo y las que aplique el Poder Judicial, por la violación de los derechos de las personas reconocidos en los artículos 28, 31, 32, 33 y 34 de la presente ley.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				Subsecretaría de Telecomunicaciones	televisión abierta y los derechos de los televidentes, contempladas en el ordenamiento jurídico vigente. En estos casos, aplicarán las sanciones contempladas en el Art. 65 de la presente Ley. 2019		

	Elección de directivos	Concurso público/político	Político. Art.73 El Comité Plurinacional de Tecnologías de Información y Comunicación – COPLUTIC, estará integrado por el Ministerio de Obras Públicas, Servicios y Vivienda que lo preside, el Ministerio de Comunicaciones, Ministerio de Educación, Ministerio de Planificación del Desarrollo y la Agencia de Desarrollo para la Sociedad de la Información en Bolivia – ADSIB.	Político TITULO I De la Organización Art. 2° 1886.- El Consejo estará integrado por 11 miembros, designados de la siguiente forma: a) Un consejero de libre designación del presidente de la República, cuya idoneidad garantice el debido pluralismo y adecuado funcionamiento del Consejo, que se desempeñará como presidente del mismo.	Concurso público y político. Art.17. Modifíquese el artículo 20 de la Ley 1341 de 2009 a) Un (1) Comisionado elegido por los operadores públicos regionales del servicio de televisión, mediante el mecanismo que estos autónomamente determinen, b) Un (1) Comisionado de la sociedad civil elegido mediante concurso público adelantado por una Universidad Pública o Privada legalmente constituida y reconocida por el Ministerio de Educación Nacional, acreditada por la Comisión Nacional del Servicio Civil para la realización de concursos públicos, y acreditada en alta calidad conforme la	Político Art. 50.- Requisitos. -	Político. Art. 71 (Integración). - El Consejo de Comunicación Audiovisual estará integrado por cinco miembros, incluyendo un presidente. Art. 72 Los integrantes del Consejo de Comunicación Audiovisual deberán acreditar experiencia, calificación e idoneidad adecuadas para la función a desempeñar y en la defensa de los derechos a la libertad de expresión e información. Art.74 presidente de la República en acuerdo con el Consejo de ministros, y los restantes cuatro miembros serán
--	------------------------	---------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

				<p>publicación anual del SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior), con personería jurídica vigente, que tenga por lo menos uno de los siguientes programas: Derecho, Comunicación Social, Periodismo, Psicología, Sociología, Economía, Educación, Negocios Internacionales, Administración Financiera, Pública o de Empresas; Ingeniería de Telecomunicaciones, de Sistemas, Eléctrica o Electrónica; Cine y Televisión. La selección de la Universidad que adelantará el concurso estará a cargo del Ministerio de Educación Nacional.</p> <p>c) Un (1)</p>		<p>elegidos por la Asamblea General sobre propuesta motivada en las condiciones personales, funcionales y técnicas, por un número de votos equivalente a 2/3 (dos tercios) de sus integrantes.</p>
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

					Comisionado del sector audiovisual elegido mediante concurso público, adelantado por una Universidad Pública o Privada legalmente constituida y reconocida por el Ministerio de Educación Nacional, acreditada por la Comisión Nacional del Servicio Civil para la realización de concursos públicos, y acreditada en alta calidad conforme la publicación anual del SNIES (Sistema Nacional de Información de la Educación Superior), con personería jurídica vigente, que tenga por lo menos uno de los siguientes programas: Derecho, Comunicación Social, Periodismo, Psicología,		
--	--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

					Sociología, Economía, Educación, Negocios Internacionales, Administración Financiera, Pública o de Empresas; Ingeniería de Telecomunicaciones, de Sistemas, Eléctrica o Electrónica; Cine y Televisión. La selección de la Universidad que adelantará el concurso estará a cargo del Ministerio de Educación Nacional.		
--	--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Financiación	Público/ privado/ mixto.	Ver financiación de la ATT	Art. 32 18838.- El patrimonio del Consejo Nacional de Televisión estará formado por los siguientes bienes: a) Los aportes que le asignen las leyes o anualmente la Ley de Presupuestos. b) Los aportes, las donaciones o cualquier otro tipo de ingresos que reciba de	Art. 16. 2019 y artículo 19A a la Ley 1341 de 2009. El patrimonio de la CRC estará constituido por: 1. Los recursos recibidos por concepto de la contribución por regulación. 2. Los recursos que reciba por cooperación técnica nacional e internacional. 3. Los aportes del presupuesto nacional y los que reciba a cualquier título de la Nación o de cualquier otra entidad estatal. 4. El producido o enajenación de sus	Art.53.- Financiamiento. - El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación tendrá financiamiento del Presupuesto General del Estado.	Art. 70 (Financiamiento).- Para el cumplimiento de sus cometidos, el Consejo de Comunicación Audiovisual dispondrá de los siguientes recursos: Las tasas y precios que perciba de los operadores públicos o privados que desarrollen actividades comprendidas en su competencia, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 188 de la presente ley. B) El producido

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				<p>personas naturales o jurídicas. Estos aportes, donaciones o ingresos estarán exentos de toda contribución o impuesto de cualquier naturaleza. Asimismo, las donaciones quedarán exentas del trámite de insinuación. c) El producto de la venta y arrendamiento de sus bienes, de la</p>	<p>bienes, y por las donaciones de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras. 5. Los rendimientos financieros de sus recursos. 6. Los bienes muebles e inmuebles que adquiera a cualquier título y los que le sean transferidos por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV) de conformidad con las funciones que le son transferidas mediante la presente Ley.</p>		<p>de las multas que aplique. C) Las asignaciones que le sean atribuidas por disposiciones presupuestales. D) Los legados y las donaciones que se efectúen a su favor. E) Todo otro que le sea asignado o que resulte de su gestión.</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				prestación de servicios y de los frutos naturales y civiles provenientes de los mismos. LEY 19132 Art. 25 El financiamiento de la empresa deberá ser obtenido a condiciones de mercado y de manera transparente y competitiva, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 37.			

	Tipo de Sanciones	Muy graves, Graves, leves/ Mixto/No aplica	<p>Art. 99. (Clasificación) I. Las infracciones, teniendo en cuenta el objeto de las mismas, se clasifican en infracciones: 1. Por prestación ilegal del servicio, ejercicio ilegal de actividades de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación y por utilización indebida del espectro radioeléctrico. 2. Contra el sistema de telecomunicaciones. 3. Contra los derechos de las usuarias y los usuarios. 4.</p>	<p>Art. 33 18838 De las Sanciones Artículo 33°. Las infracciones a las normas de la presente ley y a las que el Consejo dicte en uso de las facultades que se le conceden, serán sancionadas, según la gravedad de la infracción, con: 1.- Amonestación. 2.- Multa no inferior a 20 ni superior a 200 unidades tributarias mensuales, en caso de tratarse de concesionarias de servicios de radiodifusión</p>	<p>Art. 12 ley-182-1995 Sancionar, de conformidad con las normas del debido proceso y con el procedimiento previsto en la ley, a los operadores del servicio, a los concesionarios de espacios de televisión y a los contratistas de los canales regionales por violación de sus obligaciones contractuales, o por transgresión de las disposiciones legales y reglamentarias o de las de la Comisión, relacionadas con el servicio.</p>	<p>Art. 56.- Atribuciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación. 4. Aplicar las sanciones establecidas en el marco de esta Ley y de la regulación que emita la autoridad reguladora; y,</p>	<p>Art. 177. (Tipos de infracciones). - Las infracciones previstas en la presente ley se clasifican en leves, graves y muy graves. Art. 178 (Infracciones muy graves). Art. 179 (Infracciones graves) Art. 180 (Infracciones leves)</p>
--	-------------------	--------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>Contra los derechos de los operadores y proveedores. 5. Contra las atribuciones de la autoridad fiscalizadora. 6. Otras infracciones.</p>	<p>televisiva o permisionarios de servicios limitados de televisión regionales, locales o locales de carácter comunitario. Para el caso de concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva o permisionarios de servicios limitados de televisión de carácter nacional, las multas podrán ascender hasta un máximo de 1.000 unidades tributarias mensuales. En caso de reincidencia en una misma infracción, se</p>			
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				<p>podrá duplicar el máximo de la multa. 3.- Suspensión de las transmisiones, hasta por un plazo de 7 días, tratándose de infracción grave y reiterada. 4.- Caducidad de la concesión. Esta sólo procederá en los siguientes casos: a) no iniciación del servicio dentro del plazo y con la cobertura señalados en la resolución que otorga la concesión, salvo caso fortuito o fuerza mayor; b)</p>			
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				<p>incumplimiento de las exigencias establecidas en los incisos primero y final del artículo 18;</p> <p>c) resolución de liquidación ejecutoriada;</p> <p>d) suspensión de transmisiones, impuesta como sanción por resolución ejecutoriada del Consejo, por tres veces dentro de un mismo mes o por cinco veces dentro del año calendario, por alguna de las siguientes infracciones:</p> <p>1) interrupción, injustificada o</p>			
--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				no autorizada previamente por el Consejo, de las transmisiones por más de cinco días; 2) incumplimiento de las normas técnicas por las cuales se rija la respectiva concesión, y 3) infracción de lo establecido en el artículo 1° de esta ley; e) Transferir, ceder, arrendar u otorgar el derecho de uso a cualquier título de una concesión de radiodifusión televisiva otorgada por concurso público, sin la previa			
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				<p>autorización del Consejo, autorización que deberá ser otorgada una vez recibido el informe correspondiente y por parte de la Subsecretaría de Telecomunicaciones. La referida autorización no podrá ser denegada sin causa justificada. 5. Acuerdo S/N NORMAS GENERALES SOBRE CONTENIDOS DE LAS EMISIONES DE TELEVISIÓN Que el artículo 33 de</p>			
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

				la ley faculta al Consejo Nacional de Televisión para sancionar las infracciones a la ley y a las normas que el propio Consejo dicte en el ejercicio de sus atribuciones; 6°.- Que el artículo 40 bis de l			
--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
Medios públicos	Amparo legal	Nombre/Decreto legislativo	Decreto Supremo N° 78, 15 de abril de 2009 Art. 4 del decreto de creación de Bolivia TV, ésta "tiene por objeto la prestación del servicio de televisión a través de la emisión y reproducción de sus señales en todo el territorio boliviano, constituyéndose en un medio de comunicación, educación e	Ley 19132 Crea empresa Televisión Nacional de Chile. Ley 21085 MODIFICA LA LEY N° 19.132, DE TELEVISIÓN NACIONAL DE CHILE	Nombre Señal Colombia y Canal Institucional	SECCIÓN I Art. 83.- Medios de comunicación públicos de carácter oficial.	Ley N° 17556 Canal 5 - Servicio de Televisión Nacional" TÍTULO VIII DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PÚBLICOS CAPÍTULO I DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PÚBLICOS Sistema Público de Radio y Televisión Nacional (en adelante SPRTN)

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			información, que contribuya a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas, fortaleciendo la integración del Estado Plurinacional de Bolivia”.				

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Financiación	Público/ privado/ mixto	Decreto Supremo N° 78 , 15 de abril de 2009 Art. 5°. (Patrimonio y presupuesto) El Patrimonio de “BOLIVIA TV” estará constituido por recursos provenientes de: Aporte de capital del Tesoro General de la Nación - TGN por única vez, en función a la disponibilidad del flujo de caja. Recursos específicos	Privada Ley 19132 Artículo 24.- Televisión Nacional de Chile, en sus actividades financieras, estará sujeta a las mismas normas financieras y tributarias que rigen para las sociedades anónimas abiertas y sus balances y estados de situación deberán ser auditadas por firmas	Art. 49. COMERCIALIZACIÓN DE PROGRAMACIÓN DE RTVC. Con el fin de fortalecer la gestión del proveedor del servicio de televisión pública nacional, se autoriza la comercialización, hasta en un 30% del total de su programación anual, en temas relacionados con la naturaleza intrínseca de los fines de la televisión de interés público, social, educativo, científico y cultural.	Art. 83 Los medios oficiales se financiarán exclusivamente con presupuesto de la función o del gobierno autónomo descentralizado que los crea y los ingresos provenientes de la venta de publicidad a instituciones del sector público.	Mixta Artículo 162 (Recursos del SPRTN). Los recursos del Sistema Público de Radio y Televisión Nacional se integrarán de la siguiente manera: A) Los frutos naturales y civiles de sus bienes. B) Las donaciones y legados que reciba. C) Con las transferencias de activos que a cualquier título le realice el Gobierno Central, las Intendencias Municipales y cualquier otro

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>generados por la empresa. Recursos y bienes provenientes de la Liquidación de la ex - Empresa Nacional de Televisión Boliviana - ENTB. Transferencias de capital. II. "BOLIVIA TV" podrá coordinar la gestión de financiamientos provenientes de otras fuentes internas o externas con las</p>	<p>auditoras externas de reconocido prestigio. No se aplicarán a la Corporación las normas de régimen y administración económica que rigen a las empresas del Estado, salvo las excepciones que consagran las normas siguientes. Art. 25 El financiamiento de la empresa deberá ser obtenido a</p>			<p>organismo del Estado. D) La totalidad de los ingresos que obtenga por la venta de sus servicios o productos. E) Con las asignaciones que resulten de su presupuesto, que se elaborará y tramitará según las reglas del artículo 221 y concordantes de la Constitución de la República. Art. 164 (Presupuesto). El presidente presentará a consideración del Directorio el proyecto de presupuesto para el ejercicio financiero</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			instancias públicas competentes, que el permitan ampliar, modernizar y/o mejorar sus servicios, de acuerdo a disposiciones en vigencia.	condiciones de mercado y de manera transparente y competitiva, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 37.			siguiente, a más tardar el 30 de junio de cada año. Tras su aprobación por el Directorio, la Administración presentará el proyecto de presupuesto al Poder Ejecutivo y al Tribunal de Cuentas, de conformidad con el artículo 221 de la Constitución de la República.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
Contenidos audiovisuales	Obligaciones legales para el aporte cultural, social y educativo.	Programación/ Horas/No se especifica	Art. 14. Constitución El Estado prohíbe y sanciona toda forma de discriminación fundada en razón de sexo, color, edad, orientación sexual, identidad de género, origen, cultura, nacionalidad, ciudadanía, idioma, credo religioso, ideología, filiación política o filosófica,	Art. 12. 1 NORMAS SOBRE LA TRANSMISIÓN DE PROGRAMAS CULTURALES: Las concesionarias de radiodifusión televisiva de libre recepción y los permisionarios de servicios limitados de televisión, estarán obligados a transmitir, a lo menos cuatro	Art. 55: Obligatoriedad de dedicar tiempo de programación a temas de interés público. crearán de manera permanente y en horarios de alta audiencia los espacios institucionales para la promoción de la unidad familiar y del civismo, la educación para luchar contra el consumo de droga, las asociaciones de consumidores y los espacios gubernativos, la Procuraduría General de la Nación, la Defensoría del Pueblo y los noticieros y avances	Art. 74.- Obligaciones de los medios audiovisuales Art. 8.- Prevalencia en la difusión de contenidos. Los medios de comunicación, en forma general, difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural, en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y ser difusores de los valores y los	Art. 60 Un mínimo de dos horas por semana de la programación emitida deberán ser programas de agenda cultural, entendiéndose por tales aquellos que promuevan eventos y actualidad de las industrias creativas, como ser teatro, danza, artes visuales, museos y patrimonio, música, libros, cine, videojuegos, diseño, entre otros. Por lo menos el 50% (cincuenta por ciento) deberá estar dedicado a industrias creativas nacionales.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			estado civil, condición económica o social, tipo de ocupación, grado de instrucción, discapacidad, embarazo, u otras que tengan por objetivo o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos de toda persona. Decret	horas de programas culturales a la semana. 6. Al menos dos de las cuatro horas de programación cultural deberán transmitirse en horarios de alta audiencia, que se fijan en este Reglamento, quedando a criterio de cada servicio de televisión determinar el día y la hora dentro de	informativos del Congreso.	derechos fundamentales consignados en la Constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos.	Para cumplir con este requisito el comienzo de la emisión de estos programas deberá estar comprendido entre la hora 19 y la hora 23. Art.95 Permitir el uso gratuito de hasta quince minutos diarios, no acumulables, para realizar campañas de bien público sobre temas tales como salud, educación, niñez y adolescencia, igualdad de género, convivencia, seguridad vial, derechos humanos y combate a la

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>o supremo No. 3716. Artículo 107°.- Constitución Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país, con la producción y difusión de programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para discapacitados.</p>	<p>dichos horarios.</p>			<p>violencia doméstica y la discriminación, por parte de organismos públicos y personas públicas no estatales, de acuerdo a lo dispuesto por el Poder Ejecutivo. Dentro de esta programación, se deberá programar al año como mínimo dos películas cinematográficas de producción nacional</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>Ley 045 de 2010 - Ley contra el racismo. c. Los medios de comunicación públicos y privados deberán proveerse de mecanismos internos que garanticen la eliminación del racismo y toda forma de discriminación, en relación a su responsabilidad de generar opinión pública conforme a la Constitución</p>				

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			Política del Estado. d. Disponer que los medios de comunicación, radiales, televisivos, escritos y las nuevas tecnologías de la información y comunicación, como el internet, eliminen de sus programaciones , lenguajes, expresiones y manifestaciones racistas, xenófobas y otros de				

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>contenido discriminatorio. f. Los medios de comunicación deberán apoyar las medidas y acciones en contra del racismo y toda forma de discriminación.</p>				

	Publicidad	Límites de pauta (horas). Contenidos	Ley N° 1197 Establece el carácter voluntario de la difusión de contenido por parte de los medios de comunicación radial, audiovisual y escrito e incorporar modificaciones en la Ley N 548 de 18 de Julio de 2017 "Código. niño y adolescente" Art. 82 de la Ley del Régimen Electoral referido a las elecciones para cargos judiciales, reformado en mayo de 2011. las y los	Art. 13 Consejo de Calificación Cinematográfica 3, Acuerdo-S_N_21-ABR-2016 La publicidad, autopromociones, resúmenes y extractos de este tipo de programación, que sean inapropiados para menores de edad, sólo podrán emitirse en esos mismos horarios. Art. 9°.- La transmisión televisiva de publicidad de bebidas alcohólicas sólo podrá ser realizada fuera del horario de protección.	Art. 29 La libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y de la publicidad en el servicio de televisión, no serán objeto de censura ni control previo. Sin embargo, los mismos podrán ser clasificados y regulados por parte de la Comisión Nacional de Televisión, con miras a promover su calidad, garantizar el cumplimiento de los fines y principios que rigen el servicio público de televisión, protegen a la familia, a los grupos vulnerables de la población, en especial los niños y jóvenes, para garantizar su desarrollo armónico e integral y fomentar la producción colombiana. Acuerdo 2 de 1995 Comisión	Art. 69.- Suspensión de publicidad. - De considerarlo necesario, y sin perjuicio de implementar las medidas o sanciones administrativas previstas en esta Ley, la Superintendencia de la Información y Comunicación podrá disponer, mediante resolución fundamentada, la suspensión inmediata de la difusión de publicidad engañosa. SECCIÓN V Publicidad Art.92.- actores de la publicidad. Art. 96.- Inversión en publicidad privada.- Al menos	Art.33 (Publicidad dirigida a niños, niñas y adolescentes). - En atención a la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, los mensajes publicitarios no deberán producirles perjuicio moral o físico. Art.34 (Publicidad protagonizada por niños, niñas y adolescentes). - Los niños, niñas y adolescentes no pueden participar en mensajes publicitarios que promocionen bebidas alcohólicas, cigarrillos o cualquier producto perjudicial para la salud física o mental, así como aquellos que atenten contra su
--	------------	-----------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>postulantes, desde el momento de su postulación, bajo sanción de inhabilitación, están prohibidos de:</p> <p>a) Efectuar directa o indirectamente cualquier forma de campaña o propaganda relativa a su postulación, en medios de comunicación radiales, televisivos, escritos o espacios públicos; b) Emitir opinión a su favor, o a favor o en contra de otros postulantes, en medios de comunicación radiales. Ley</p>	<p>Dentro del horario de protección, los servicios de televisión sólo podrán mencionar las marcas de bebidas alcohólicas, cuando dichas marcas formen parte del auspicio o patrocinio de un evento cultural, deportivo u otro de similar naturaleza. Se entenderá por campaña de interés público aquellas transmisiones diseñadas por el Ministerio Secretaría General de Gobierno, que se han de</p>	<p>Nacional de Televisión Artículo 21. Avisos clasificados. Son aquellos anuncios comerciales que, sin utilizar modelos vivos ni imágenes en movimiento, promueven cualquier producto o servicio empleando recursos propios del medio de la televisión como generador de caracteres, fotofija, música y voz "en off", entre otros. Los avisos clasificados deben pautarse dentro del tiempo destinado a los anuncios comerciales. La duración total de los avisos clasificados dentro de un programa no puede ser superior a tres minutos (3) por cada media (1/2) hora.</p> <p>Todos los avisos clasificados de un</p>	<p>el 10% del presupuesto anual destinado por los anunciantes privados para publicidad de productos, servicios o bienes que se oferten a nivel nacional en los medios de comunicación se invertirá en medios de comunicación de cobertura local o regional. Escenas audiovisuales en publicidad nacional. -Los anuncios publicitarios que se difunden a través de la televisión en territorio ecuatoriano podrán incorporar, hasta en un 20% de su duración, secuencias o imágenes producidas en el</p>	<p>dignidad o integridad física, psicológica o social.</p> <p>CAPÍTULO VI PUBLICIDAD Art. 139 (Tiempo y espacio destinado a publicidad). - Los servicios de comunicación audiovisual podrán emitir un máximo de quince minutos de mensajes publicitarios por cada hora de transmisión, por cada señal, cuando se trate de servicios de radiodifusión de televisión y quince minutos cuando se trate de servicios de radiodifusión de radio. En ningún caso estos tiempos serán acumulables. Se deberá incluir en el cálculo del tiempo máximo previsto el tiempo de un</p>
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>775 Art. 15 Artículo 15 (Publicidad en medios de comunicación) I. La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas dirigidas a la población, con énfasis a niñas, niños y adolescentes menores de dieciocho (18) años, y que se difunda por cualquier soporte o medio de comunicación social, debe promover el consumo de alimentos saludables y los beneficios de la actividad física, acorde a las políticas</p>	<p>emitir con el objeto de proteger a la población y difundir el respeto y promoción de los derechos de las personas. Las campañas de interés público podrán tener carácter nacional o regional y deberán ser transmitidas con subtítulo y lenguaje de señas de acuerdo a lo establecido en el Art. 25 de la ley N° 20.422. Art.45°. - Serán aplicables a las transmisiones televisivas las disposiciones</p>	<p>programa deberán ser editados en un solo bloque. El bloque debe estar encabezado por una cortinilla cuya duración no debe ser superior a cinco segundos (5") y deberá llevar la palabra "clasificados".</p>	<p>extranjero exclusivamente. Art. 68.- Duración y frecuencia de los espacios publicitarios. 1. Los medios audiovisuales de señal abierta podrán difundir hasta un máximo de quince minutos de publicidad por hora de programación y dos minutos adicionales de auto promoción. En todos los casos el medio audiovisual colocará un anuncio para que sus audiencias identifiquen el inicio y final de la pauta publicitaria. No se podrán realizar más de 4 cortes publicitarios por cada hora de programación.</p>	<p>mensaje publicitario emitido en la modalidad de publicidad no tradicional, cuando la duración del mensaje supere los quince segundos. CAPÍTULO VII PUBLICIDAD ELECTORAL Art. 142 (Del acceso gratuito a la publicidad electoral). Decretos/160-2019 CAPÍTULO IV - CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO Artículo 60 " Campaña de bien público en el marco de la Ley 19.307" y los medios no podrán añadir otras. Las piezas comunicacionales y el plan de días y horarios de emisión deberán ser entregados a los medios al menos una</p>
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>establecidas por el Ministerio de Salud. Ley 1197, que elimina la obligatoriedad de los medios de comunicación de difundir propagandas políticas de manera gratuita.</p> <p>Reglamento de propaganda y campaña</p> <p>Artículo 13. (Contenido de la propaganda). I. Toda pieza de propaganda electoral, en cualquier formato, deberá estar claramente identificada con el nombre y símbolo del partido político</p>	<p>de la Ley N° 16.643, sobre abusos de publicidad.</p>		<p>TITULO VII PROPAGANDA Y MEDIOS DE COMUNICACION</p> <p>Art. 23. Los medios de comunicación reportarán al correspondiente organismo electoral en el plazo de 8 días contados a partir de la contratación, todo espacio político contratado, como lo dispone el artículo 26 de la Ley Orgánica de Control del Gasto Electoral y de la Propaganda Electoral.</p>	<p>semana antes del comienzo de la campaña, salvo razones de urgencia debidamente fundadas. Artículo 65 (Mensajes publicitarios sobreimpresos).- Cada mensaje publicitario sobreimpreso en la televisión, podrá ser colocado hasta ocho veces por hora no acumulables y su duración máxima será de diez segundos.</p>
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>o alianza que la promueve. II. La propaganda electoral emitida en los distintos medios de comunicación debe ser identificada antes de su difusión, o en un espacio visible en el caso de impresos, como “espacio solicitado”. III. Las piezas audiovisuales emitidas deben consignar el lenguaje de señas, sin excepción.</p> <p>Artículo 15. (Límites de la propaganda electoral). I. La propaganda electoral de</p>				
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

			<p>cada partido político o alianza está sujeta a los siguientes tiempos y espacios máximos en cada medio de comunicación:</p> <p>a) En redes y canales de televisión y en redes y emisoras de radio de alcance nacional, un máximo de diez (10) minutos diarios. b) En canales de televisión y emisoras de radio de alcance departamental, regional o municipal, un máximo de diez</p>				
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

			(10) minutos diarios.				
--	--	--	--------------------------	--	--	--	--

	Cuotas de programación	Por origen: nacional o internacional	<p>Decreto Supremo 3152 (2017): Disposición transición temporal tercera. 35% producción nacional diaria.</p> <p>Ley 045 contra el racismo y discriminación . Artículo 13.- (OBLIGACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN). Son obligaciones de los medios de comunicación:</p> <p>1. Adoptar o readecuar sus Reglamentos Internos, incorporando principios orientados a impulsar el reconocimiento, el respeto de las</p>	<p>Art. 13 18838 d) fijar, de manera general, un porcentaje de hasta un 40% de producción chilena en los programas que transmitan los canales de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción. Este porcentaje deberá incluir la exhibición de películas, documentales y cortometrajes de producción nacional independiente.</p> <p>Art. 15 18838 Sin perjuicio de lo dispuesto en el inciso primero, los</p>	<p>ARTÍCULO 33 y en el Art. 1 del Decreto 516 de 2020 y Cada operador de televisión abierta y concesionario de espacios en los canales de cubrimiento nacional, deberá cumplir trimestralmente los siguientes porcentajes mínimos de programación de producción nacional:</p> <p>Canales nacionales De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A), el 70% de la programación será producción nacional. De las 22:30 horas a las 24:00 horas, el 50% de la programación será de producción nacional. De las 00:00 horas a las 10:00 horas, el 100% de la programación será libre</p>	<p>Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. - Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes. Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas,</p>	<p>Art.60 A) Servicios de TV comerciales: Al menos el 60% (sesenta por ciento) de la programación total emitida por cada servicio deberá ser de producción o coproducción nacional, sin contar la publicidad y la autopromoción. Un porcentaje de esta programación, que será determinado en la reglamentación, será de producción local o propia atendiendo a la diferente realidad de la televisión del interior y Montevideo. Un mínimo de dos horas por semana de la programación emitida deberá contener estrenos de ficción televisiva o estrenos de películas cinematográficas y,</p>
--	------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>diferencias y la promoción de principios, valores y normas para erradicar conductas racistas y toda forma de discriminación, conforme a la Ley No 045.</p> <p>2. Promover las acciones de prevención y educación destinadas a precautelar el respeto a la dignidad e igualdad de todas las personas, mediante la elaboración de productos comunicacionales propios, en idiomas o ciales y alternativos de</p>	<p>permisionarios de servicios limitados de televisión deberán difundir en la región o localidad en que operen, y siempre que sea técnicamente factible, a lo menos cuatro canales regionales, locales o locales de carácter comunitario en sus respectivas grillas o parrillas programáticas.</p> <p>Ley 20750 Art. 1 I) Establecer que los concesionarios deberán transmitir a lo</p>	<p>De las 10:00 horas a las 19:00 horas el 50% será programación de producción nacional.</p> <p>Parágrafo. En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 30% en los siguientes horarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De las 19:00 horas a las 22:30 horas (triple A). - De las 22:30 horas a las 24:00 horas. - De las 10:00 horas a las 19:00 horas. <p>PARÁGRAFO. En sábados, domingos y festivos el porcentaje de producción nacional será mínimo del 50% en horario triple A;</p> <p>Canales regionales y estaciones locales. En los canales regionales y estaciones locales, la emisión de</p>	<p>afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria Art.74 Destinar una hora diaria, no acumulable para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios o Secretarías con competencia en estas materias Producción nacional Art. 97.- Espacio nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo</p>	<p>de estos, al menos un 50% (cincuenta por ciento) deberá ser de producción independiente... de estos programas deberá estar comprendido entre la hora 19 y la hora 23.</p> <p>Decretos/160-2019 Artículo 47 (Porcentaje de producción local en la programación total emitida fuera del Departamento de Montevideo).- Al menos el veinte por ciento (20%) de la programación total de los servicios de televisión que emitan fuera del Departamento de Montevideo deberá ser de producción local.</p>
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>acuerdo a la región y audiencia, que serán difundidos bajo los siguientes parámetros:</p> <p>1. En canales de televisión: al menos veinte (20) minutos al mes, en horarios preferenciales.</p>	<p>menos cuatro horas de programas culturales a la semana, entendiéndose por tales aquellos que se refieren a los valores que emanen de las identidades multiculturales existentes en el país, así como los relativos a la formación cívica de las personas, los destinados al fortalecimiento de las identidades nacionales, regionales o locales, como fiestas o celebraciones costumbristas y aquellos destinados a</p>	<p>programación de producción nacional deberá ser el 50% de la programación total. Para efecto de esta ley se establecerán las siguientes definiciones: Producción Nacional. Se entiende por producciones de origen nacional aquellas de cualquier género realizadas en todas sus etapas por personal artístico y técnico colombiano, con la participación de actores nacionales en roles protagónicos y de reparto. La participación de actores extranjeros no alterará el carácter de nacional siempre y cuando, ésta no exceda el 10% del total de los roles protagónicos;</p>	<p>público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio.</p> <p>Art.102.- Fomento a la producción nacional y producción nacional independiente.- Los medios de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción que tengan dentro de su grilla de programación uno o más canales cuya señal se emite</p>	
--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

				<p>promover el patrimonio universal y, en particular, el patrimonio nacional.</p>		<p>desde el territorio ecuatoriano, adquirirán anualmente los derechos y exhibirán al menos dos largometrajes de producción nacional independiente. Cuando la población residente o el número de suscriptores en el área de cobertura del medio de comunicación sea mayor a quinientos mil habitantes, los dos largometrajes se exhibirán en estreno televisivo y sus derechos de difusión deberán adquirirse con anterioridad a la iniciación del rodaje.</p> <p>PRODUCCIÓN NACIONAL Art. 72.- Espacios para</p>	
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

						la difusión de producción audiovisual nacional.- A efectos de implementar los espacios para la difusión progresiva de producción audiovisual nacional y nacional independiente, establecida en el Art. 97 de la Ley Orgánica de Comunicación, se seguirán los siguientes parámetros: 1. El porcentaje total de la producción nacional que se difundirá en los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, será mínimo del 60% de la programación diaria de la franja	
--	--	--	--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

						familiar o apta para todo público, que va de 06:00 a 18:00 horas.	
--	--	--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------	--

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Avisos de contenidos.	clasificación y rotulación	No se define	Art. 2 normas sobre contenidos. Los servicios de televisión deberán comunicar diariamente, mediante una advertencia visual y acústica, el fin del horario de protección y el inicio del espacio en que pueden exhibir programación destinada a público adulto.	LEY 1978 DE 2019 1. Rango de edad apto para ver el programa. 2. Si el programa contiene o no violencia. 3. Si el programa contiene o no escenas sexuales. 4. Si el programa debe ser visto en compañía de adultos. 5. Si el programa contiene algún sistema que permita a la población con discapacidad auditiva acceder a su contenido. 6. Clasificación del programa como infantil, de adolescentes, familiar	Art. 60 Los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios deben identificar el tipo de contenido que transmiten; y señalar si son o no aptos para todo público, con el fin de que la audiencia pueda decidir informadamente sobre la programación de su preferencia.	Art. 32 En programas informativos, cuando se trate de situaciones de notorio interés público, excepcionalmente podrán incluirse imágenes de violencia excesiva como las definidas en el literal A) de este artículo, incluyendo avisos explícitos para prevenir la exposición del público infantil a estas. Los programas no aptos para todo público deberán

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
					<p>o adulto. Art. 29 ley-182-1995 PARAGRAFO. Todos los canales nacionales, regionales, zonales y locales deberán anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad promedio apta para ver dicho programa, anunciando igualmente si contiene o no violencia y a su vez la existencia de escenas sexuales para público adulto, esto con el objetivo de brindar un mejor servicio a los televidentes en la</p>		<p>estar debidamente señalizados con signos visuales y sonoros al comienzo y durante su transmisión, y se deberá asegurar que los servicios interactivos, tales como las guías electrónicas de programas, incluyan la información que advierta de manera suficiente y veraz del contenido del programa a efectos de la protección de niños, niñas o adolescentes.</p>

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
					orientación de la programación.		

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Clasificación horaria	Apto para todo público/No apto	Bolivia: Ley del Código del Niño, Niña y Adolescente, 14 de octubre de 1999 horario de protección al menor de 6:00 a 21:00. LEY DE CONTROL AL EXPENDIO Y CONSUMO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS No emitir publicidad de bebidas alcohólicas en el horario de 09:00 a 21:00 horas.	Art. 12 Art.2 normas sobre contenidos °.- Se establece como horario de protección de los niños y niñas menores de 18 años, el que media entre las 06:00 y las 22:00 horas.	Código de la Infancia y la Adolescencia, Ley 1098 DE (2006). Art. 49. Garantizará el interés superior de la niñez y la familia, la preservación y ampliación de las franjas infantiles y juveniles y el contenido pedagógico de dichas franjas que asegure la difusión y conocimiento de los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes consagradas en la presente ley. que en la difusión de programas y materiales emitidos en la franja infantil no	TÍTULO IV Regulación de contenidos Art. 65.- Clasificación de audiencias y franjas horarias.- Se establece tres tipos de audiencias con sus correspondientes franjas horarias, tanto para la programación de los medios de comunicación de radio y televisión, incluidos los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción, como para la publicidad	Art. 195 (Clasificación indicativa de obras audiovisuales).- El Consejo de Comunicación Audiovisual deberá desarrollar, en coordinación con el Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay, un nuevo marco para la clasificación indicativa de las obras audiovisuales en relación a la edad mínima del telespectador recomendada, de acuerdo a los nuevos formatos y tipos de contenidos de la

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
					se presentarán escenas o mensajes violentos o que hagan apología a la violencia. Art. 27 Ley 335 de 1996. La franja comprendida entre las 7 a.m. y las 9:30 p.m. deberá ser para programas aptos para todos los públicos	comercial y los mensajes del Estado: 1. Familiar: Incluye a todos los miembros de la familia. La franja horaria familiar comprende desde las 06h00 a las 18h00. En esta franja solo se podrá difundir programación de clasificación "A": Apta para todo público; 2. Responsabilidad compartida: La componen personas de 12 a 18 años, con supervisión de personas adultas. La franja horaria de	comunicación audiovisual actual. Ambos organismos también elaborarán una propuesta de normalización de los signos visuales y sonoros a utilizar para señalar los programas, la que será elevada por el Consejo de Comunicación Audiovisual al Poder Ejecutivo para su aprobación. Decreto N° 445/988 TELEVISION. HORARIO DE PROTECCION AL MENOR

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						responsabilidad compartida transcurrirá en el horario de las 18h00 a las 22h00. En esta franja se podrá difundir programación de clasificación “A” y “B”: Apta para todo público, con vigilancia de una persona adulta; y, 3. Adultos: Compuesta por personas mayores a 18 años. La franja horaria de personas adultas transcurrirá en el horario de las 22h00 a las 06h00. En esta franja se podrá difundir	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						programación clasificada con "A", "B" y "C": Apta solo para personas adultas.	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Producción nacional	Apoyo financiero	Ley del cine y arte audiovisual bolivianos, 20 de diciembre de 2018. Art. 9°.- (Funciones y atribuciones de la ADECINE). Fondo de Fomento al Cine y Arte Audiovisual Bolivianos	Ley 1886 Art. 12 b) Promover, financiar o subsidiar la producción, los costos de transmisión o la difusión de programas de alto nivel cultural, de interés nacional, regional, local o comunitario; de contenido educativo; que propendan a la difusión de los valores cívicos y democráticos,	Ley de modernización del sector TIC (1978 de 2020). El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) fiancía proyectos y busca fondos para que los productores puedan aplicar a subsidios y apoyos económicos. Asignación de recursos del Fondo Único de TIC a los operadores públicos. Fondo para el Desarrollo de la Televisión (FONTV) en la Ley APP Innpactia. Ley	Art. 98.- Producción de publicidad nacional.- La publicidad que se difunda en territorio ecuatoriano a través de los medios de comunicación deberá ser producida por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, cuya titularidad de la mayoría del paquete accionario corresponda a personas ecuatorianas o extranjeros	Art. 62 (Promoción del sector de comunicación audiovisual).- Créase en el Inciso 08 "Ministerio de Industria, Energía y Minería", que lo administrará, el programa "Fondo de Promoción del Sector de Comunicación Audiovisual" con el fin de fomentar y promover el desarrollo de la industria audiovisual. El programa se abrirá con dos proyectos: uno para gastos de

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				o que promuevan la diversidad en los contenidos televisivos y reflejen la conformación plural de la sociedad, así calificados por el mismo Consejo, sin perjuicio que para el financiamiento o subsidio de la programación cultural deberá ser escuchado, en forma previa, el Ministerio de	182 ARTÍCULO 62- Cambio de la naturaleza jurídica de Inravisión. PARÁGRAFO 2o. Los concesionarios de canales nacionales de operación privada deberán destinar el uno punto cinco por ciento (1.5%) de la facturación bruta anual para el Fondo* de desarrollo de la televisión pública, y será pagadero trimestralmente.	radicados legalmente en el Ecuador, y cuya nómina para su realización y producción la constituyan al menos un 80% de personas de nacionalidad ecuatoriana o extranjeros legalmente radicados en el país. En este porcentaje de nómina se incluirán las contrataciones de servicios profesionales. Fondo de Fomento de las Artes, la	funcionamiento y otro para inversión.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				las Culturas, las Artes y el Patrimonio. Anualmente, la ley de Presupuestos del Sector Público contemplará los recursos necesarios, de acuerdo con lo establecido en la letra a) del artículo 32 de esta ley. Estos recursos deberán ser asignados por el Consejo, previo concurso público en el		Cultura y la Innovación.	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				<p>que podrán participar concesionarias de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción y productores independientes</p> <p>Art. 4 19733 Anualmente la Ley de Presupuestos del Sector Público contemplará los recursos necesarios para financiar la realización, edición y difusión de</p>			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				programas o suplementos de carácter regional. La asignación de estos recursos será efectuada por los respectivos Consejos Regionales, previo concurso público. Los concursos serán dirimidos por comisiones cuya composición, generación y atribuciones serán			

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
				determinadas por reglamento. En dicho reglamento deberán establecerse, además, los procedimientos y criterios de selección.			

	Protección infantil	Horarios/ Contenido	<p>Ley 548 código niña y niño, adolescente. 9. Exigir la protección de la niñez, adolescencia y juventud en la prestación de los servicios.</p> <p>Artículo 10°. (Reserva y resguardo de identidad) Las autoridades judiciales y administrativas tienen la obligación de resguardar la identidad de los niños, niñas y adolescentes que se vean involucrados en cualquier tipo de procesos, salvo los casos expresamente previstos por</p>	<p>Art. 12 Art.33° de la Ley N° 19.733, Sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo, prohíbe la divulgación, por cualquier medio de comunicación social, de la identidad de menores de edad que sean autores, cómplices, encubridores o testigos de delitos, o de cualquier otro antecedente que conduzca a ella, así como la identidad de las víctimas de los crímenes y simples delitos</p>	<p>Ley 1341 de 2009. Art. 4, Art. 25. Modifíquese el numeral 5 y adiciónese el numeral 6 al artículo 39 de la Ley 1341 de 2009, de la siguiente manera: 5. Desarrollar e implementar la política pública para la prevención y la protección de niñas, niños y adolescentes, atendiendo las necesidades de cada tipo de población, frente a los delitos realizados a través de medios digitales, informáticos y electrónicos. Artículo 47. Responsabilidades especiales de los medios de comunicación. Los medios de comunicación, en el ejercicio de su autonomía y demás derechos, deberán:</p>	<p>Art. 10 a. No incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud; Abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente; e. Proteger el derecho a la imagen y privacidad de adolescentes en conflicto con la ley penal, en concordancia con las disposiciones</p>	<p>Art. 29 (Deber de protección).- De conformidad con lo dispuesto en la legislación nacional e instrumentos internacionales, el Estado tiene la obligación de proteger los derechos de todos los niños, niñas y adolescentes. Art. 32 (Horarios de protección). Establécese el horario de protección a niños, niñas y adolescentes todos los días de la semana desde la hora 6 a la hora 22. Decretos/160-2019 Artículo 3 (Políticas referidas a la protección y promoción de derechos de niños, niñas y adolescentes).- El Poder Ejecutivo</p>
--	---------------------	------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>este Código. Los medios de comunicación cuando publiquen o transmitan noticias que involucren a niños, niñas o adolescentes, no pueden identificarlos nominal ni gráficamente, ni brindar información que permita su identificación, salvo determinación fundamentada del Juez de la Niñez y Adolescencia, velando en todo caso, por el interés superior de los mismos. El incumplimiento de esta</p>	<p>contra el orden de las familias y contra la moralidad pública, del Libro II l Código Penal; Art. 1 Norma de contenidos d) Participación de niños, niñas o adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres: actuación o utilización de menores de 18 años en escenas de excesiva violencia o crueldad, o de sexualidad, o en otras circunstancias que involucren comportamient</p>	<p>Art. 47 1. Promover, mediante la difusión de información, los derechos y libertades de los niños, las niñas y los adolescentes, así como su bienestar social y su salud física y mental.</p>	<p>del Código de la Niñez y Adolescencia; y, Art. 15.- Principio de interés superior de niñas, niños y adolescentes.- Los medios de comunicación promoverán de forma prioritaria el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia. Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la</p>	<p>determinará las políticas referidas a la protección y promoción de derechos de niños, niñas y adolescentes en los servicios de comunicación audiovisual, actuando el Presidente de la República en acuerdo con los Ministros de Desarrollo Social e Industria, Energía y Minería, de conformidad con lo establecido por el artículo 149 de la Constitución de la República, con el asesoramiento del Instituto del Niño y Adolescente del Uruguay (INAU) y del CCA.</p>
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>disposición dará lugar a la acción legal correspondiente . Artículo 162º. - (Obligación de los medios de comunicación) Los medios de comunicación oral, escrito y televisivo están obligados a emitir y publicar programas y secciones culturales, artísticos, informativos y educativos dirigidos a la niñez y a la adolescencia, de acuerdo a reglamentación. Toda emisión de programas que atente contra la</p>	<p>os de similar naturaleza, sin encontrar fundamento bastante en el contexto. 19733 art.33.- Se prohíbe la divulgación, por cualquier medio de comunicación social, de la identidad de menores de edad que sean autores, cómplices, encubridores o testigos de delitos, o de cualquier otro antecedente que conduzca a ella.</p>		<p>expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna. Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros. Art. 94 La</p>	
--	--	--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			<p>formación y salud mental del niño, niña o adolescente, así fuere publicidad de tabaco o bebidas alcohólicas, sólo podrá ser emitida en horarios destinados a adultos. Ninguna persona, empresa u organización podrá utilizar imágenes de niños, niñas ni adolescentes en la publicidad de esos productos u otros similares, bajo sanciones contenidas en este Código y demás</p>			<p>publicidad que se curse en los programas infantiles será debidamente calificada por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación a través del respectivo reglamento.</p> <p>SECCIÓN VII Espectáculos públicos Protección a niñas, niños y adolescentes.- El Consejo Nacional de la Niñez y la Adolescencia emitirá el reglamento para el acceso a los espectáculos públicos que afecten el interés superior de niñas,</p>	
--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

			disposiciones vigentes.			niños y adolescentes, de conformidad con el artículo 13 numeral 4 de la Convención Americana de Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño.	
--	--	--	-------------------------	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Sanciones	Muy graves/ Graves/ leves/Mixtas	La Ley contra el racismo y toda forma de discriminación de 2010 Art. 16 El medio de comunicación que autorizare y publicare ideas racistas y discriminatorias será pasible de sanciones económicas y de suspensión de licencia de funcionamiento , sujeto a reglamentación (art. 16). Reglamento : 1. Expresiones deliberadas y	Mixtas. Art. 12 18838 El Consejo dictará las normas generales para sancionar la transmisión de programas que contengan violencia excesiva, truculencia, pornografía o participación de niños o adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres. Asimismo, el	Art,12 Funciones de la Junta Directiva. Igualmente, la Junta Directiva podrá imponer la sanción de suspensión de la concesión hasta por seis (6) meses o la cancelación definitiva cuando la transgresión de las disposiciones legales y reglamentarias de la Comisión así lo acrediten.	Art. 62.- Prohibición Está prohibida la difusión a través de todo medio de comunicación social de contenidos discriminatorios que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales. Art . 64.- Medidas administrativas. -	TÍTULO X INFRACCIONES Y SANCIONES CAPÍTULO II SANCIONES Artículo 181 (Tipos de sanciones).- La comisión de infracciones dará lugar a la aplicación de las sanciones que se enumeran a continuación, las cuales se graduarán según su gravedad y considerando la existencia o no de reincidencia: A) Observación. B) Apercibimiento.C) Decomiso de los elementos utilizados

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			sistemáticas, consistentes en manifestaciones verbales o escritas, con el propósito de dañar la dignidad de determinada persona o grupo por motivos racistas o discriminatorios. 2. Difusión sistemática de mensajes con contenidos racistas o discriminatorios, en propagandas, espacios pagados, avisos	Consejo deberá dictar las normas generales destinadas a impedir que los menores se vean expuestos a programación y publicidad que pueda dañar seriamente su salud y su desarrollo físico y mental. Art. 12 18838 Se considerará como circunstancia agravante el		La difusión de contenidos discriminatorios ameritarán las siguientes medidas administrativas: 1. Disculpa pública de la directora o del director del medio de comunicación presentada por escrito a la persona o grupo afectado con copia a la Superintendencia de la Información y Comunicación, la cual se publicará en su página web y en la primera interfaz de la página web del medio de comunicación por	para cometer la infracción o de los bienes detectados en infracción, sanción que podrá ser aplicada en forma exclusiva o accesoria a las demás previstas. D) Multa.E) Suspensión de hasta noventa días en la prestación de la actividad, en casos de infracciones muy graves. F) Revocación de la concesión, autorización, licencia o registro según lo establecido en el artículo 183 de la presente ley.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			solicitados y publicidad, que inciten al odio, desprecio, violencia o persecución de una determinada persona o grupos de personas. 3. Defensa o elogio de los actos de racismo o discriminación con el fin de justificar el odio, la violencia o la persecución de determinada persona o grupo. Decreto	hecho que la infracción se cometa en horas de transmisión a las que normalmente tenga acceso la población infantil. Art. 1 Ley 20750 El Consejo dictará las normas generales para sancionar la transmisión de programas que contengan violencia excesiva, truculencia,		un plazo no menor a siete días consecutivos; 2. Lectura o transcripción de la disculpa pública en el mismo espacio y medio de comunicación en que se difundió el contenido discriminatorio; 3. En caso de reincidencia se impondrá una multa equivalente del 1 al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas	decretos/160-2019 Artículo 26 (Incumplimiento de las obligaciones). decretos/160-2019 TÍTULO VII - SANCIONES CAPÍTULO ÚNICO Artículo 84.

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
			<p>No 762. CAPÍTULO II FALTAS Y SANCIONES EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Artículo 16.- (DE LAS FALTAS). Artículo 17.- (SANCIONES)</p>	<p>pornografía o participación de niños o adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres.</p>		<p>Internas, considerando la gravedad de la infracción y la cobertura del medio, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo; y, 4. En caso de nuevas reincidencias, la multa será el doble de lo cobrado en cada ocasión anterior, sin perjuicio de cumplir lo establecido en los numerales 1 y 2 de este artículo.</p>	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
						La Superintendencia remitirá a la Fiscalía, para la investigación de un presunto delito,	

**Análisis Comparado:
Leyes de comunicación 2011-2020 Suramérica**

Variable Independiente	Indicador	Unidad de medición (Categorías)	Caso: Bolivia Ley 165	Caso: Chile Ley 18839	Caso: Colombia Ley 1979	Caso: Ecuador Ley Orgánica de Comunicación	Caso: Uruguay Ley 19307
	Internet	Plataformas OTT	La OTT No se contempla en esta ley	La OTT No se contempla en esta ley	La OTT No se contempla en esta ley	La OTT No se contempla en esta ley	La OTT No se contempla en esta ley

Glosario

- **Amarillismo:** promover el sensacionalismo en contenidos televisivos, especialmente en hechos noticiosos, que buscan captar la atención de los televidentes por medio de la emotividad e impacto de imágenes sangrientas y violentas.
- **Canal:** Una porción del espectro radioeléctrico asignado por un ente estatal, identificada por una frecuencia, portadora y ancho de banda, que se utiliza para difundir una señal de televisión.
- **Coproducción:** Producción realizada conjuntamente entre el titular de un servicio de comunicación audiovisual privada o pública y una productora independiente en forma ocasional.
- **Concesión de derechos de uso de espectro radioeléctrico:** Permiso otorgado por un ente de regulación que habilita a una persona natural o jurídica para explotar una licencia del espectro radioeléctrico para brindar los servicios de comunicación.
- **Franja horaria:** Conjunto de programas previstos por un medio de comunicación durante un período determinado, comprende el horario y duración de transmisión.
- **Horario de protección:** Tiempo en el que no se podrá exhibir contenidos no aptos para menores de 18 años, que afecten el desarrollo mental, espiritual y físico de la niñez y adolescencia.
- **Licencia:** Permiso que autoriza a una persona natural o jurídica para prestar un servicio de comunicación audiovisual satelital o en el espectro radioeléctrico.
- **Parrilla de programas:** La guía de programas individuales de cada una de las señales de radio o televisión, con capacidad para dar acceso directo a dichas señales.
- **Producción audiovisual:** el contenido realizado utilizando sonidos, imágenes o imágenes en movimiento (video), juntos o separados, sincrónico o asincrónico.

- Propaganda: Todo spot en televisión, cuña radial, publicación en medios impresos y plataformas digitales, pagado por un partido político o terceras personas, o cedido gratuitamente por el medio de comunicación, destinado a promover un ideario y campaña.
- Publicidad Engañosa. Es cualquier modalidad de publicidad y comunicación total o parcialmente falsa que induzca a error respecto a las características, modo de empleo u otro dato del producto o servicio.
- Televisión por cable: Un conjunto de señales que ofrece un prestador de servicios por medio del pago mensual de un paquete.
- Truculencia: contenido audiovisual que exalte las conductas crueles, sufrimiento, horror y pánico, sin fundamento de contexto.
- Radiodifusión abierta: Modalidad en que la emisión de los contenidos está concebida para una recepción libre y gratuita.
- Radiodifusión Comunitaria. Servicios de radio o televisión que son gestionados y operados por comunidades, sean campesinas, indígenas o pueblos originarios, cuyas emisiones se originan en y para localidades rurales.
- Operador. Persona natural o jurídica, pública o privada, cooperativa o comunitaria, que administra, controla, explota y mantiene una red de telecomunicaciones y tecnologías de información y comunicación con la autorización respectiva.