



AMÉRICA LATINA: POLÍTICA, ECONOMÍA Y SOCIEDAD

d+i LLORENTE & CUENCA



ÍNDICE

Prólogo, por José Antonio Llorente	3
Los nuevos senderos del movimiento indígena: protesta ambientalista	5
Cambio religioso en América Latina, presente, pasado y porvenir	26
Los retos de la fiscalidad en América Latina	52
“Sin infraestructura no hay desarrollo” Situación general de las infraestructuras en América Latina	82
Balace político 2014, ¿hacia un cambio de ciclo electoral en América Latina?	100
LLORENTE & CUENCA	122



Prólogo

Transformación es, quizás, el concepto que mejor podría caracterizar a América Latina desde mediados del pasado siglo hasta la actualidad. Durante este tiempo, la región ha vivido una auténtica revolución cuya impronta ha marcado tanto el modelo económico, social y de desarrollo, como el modelo político predominante, que ha venido, además, acompañado de profundos cambios culturales. Un proceso de metamorfosis que, en estos días, sigue aún más que vigente.

En el panorama político-electoral latinoamericano, por ejemplo, en función de lo acontecido en las urnas a lo largo del terminado año, podemos concluir que éste ha sido el primero de un nuevo ciclo en la región. Las hegemonías de determinados partidos y liderazgos que, hasta ahora, parecían ser imbatibles en las urnas, cada vez son más difíciles de sostener. Frente a ello, la heterogeneidad y la volatilidad del voto se han convertido en protagonistas del nuevo fenómeno electoral.

Esta situación surge como fruto de la irrupción y consolidación de las clases medias. Como consecuencia, las agendas, las políticas públicas y hasta fisonomía de la sociedad se han visto modificadas.

Algo similar ha ocurrido con las movilizaciones indígenas que, a día de hoy, cuentan con una agenda mucho más extensa que abarca y acoge intereses más amplios. En este sentido, la presión y disputa creciente sobre recursos naturales ubicados en distintos territorios favorece la unificación de las diferentes etnias y les sirve de base para elaborar una propuesta de desarrollo que gana apoyos entre sectores no indígenas, urbanos, y capta el respaldo internacional.

En cuanto al terreno religioso, frente a la tradicional homogeneidad latinoamericana vinculada al catolicismo, la diversificación producto del avance de las diferentes iglesias protestantes, evangélicas y pentecostales, sumado a los cambios sociales, ha hecho más complejo el panorama religioso en la región, en especial en países como Guatemala, Honduras, Brasil o Chile. En este sentido, cabe esperar que, aunque en los próximos años el crecimiento de las iglesias evangélicas ya no sea exponencial, sí que irá al compás de los cambios sociales. Y por lo tanto surgirán, ante una sociedad más civilizada y educada, unas iglesias evangélicas más moderadas.



Al margen de lo estrictamente social, garantizar el actual y el futuro crecimiento económico de la región, así como la integración regional, depende, en gran parte, de las decisiones que se adopten en el ámbito de la inversión en obra pública. Apostar por el desarrollo de infraestructuras es hacerlo por el desarrollo del país. Así, en los próximos años América Latina tendrá la oportunidad de consolidar su avance hacia el desarrollo integral.

Además, en los últimos 20 años los países de América Latina han logrado disminuir la brecha existente entre los ingresos fiscales y los gastos. Aunque tradicionalmente la tributación latinoamericana se ha considerado como baja, con una estructura desequilibrada y con altos niveles de evasión fiscal, lo cierto es que estas creencias se encuentran desactualizadas, debido a los significativos cambios experimentados en la estructura fiscal en América Latina en las últimas décadas.

En definitiva, América Latina se enfrenta a un panorama donde los cambios se suceden de forma evidente. Se presenta ante nosotros una región en constante mutación, mucho más compleja, con mayores tensiones y reclamos de las clases medias y los sectores populares donde los cambios, tanto el terreno social como económico, se imponen de manera tajante a la continuidad.

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente



**Panorama político-electoral
Latinoamericano (2013-2016)**
La América Latina de las tres “C’s”:
continuismo, centrismo y clases medias

d+i LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUCCIÓN
2. DESARROLLO
3. TENDENCIAS REELECCIONISTAS EN LA REGIÓN (2013-16)
4. CONCLUSIONES

1. INTRODUCCIÓN

De 2013 a 2016 la mayoría de los países de América Latina renovarán sus poderes ejecutivos y legislativos. Este “rally” electoral va a ser un momento propicio para valorar las dinámicas políticas que caracterizan a la región.

En concreto para analizar dos fenómenos:

- Descubrir la **tendencia política predominante en la zona**, tras el llamado “giro a la izquierda” ocurrido entre 2002 y 2008 y el resurgir de los candidatos de centroderecha entre 2009 y 2012.
- Y estudiar el **reeleccionismo** como un síntoma a escala regional que muestra el **creciente hiperpresidencialismo** que afecta a la mayoría de los países de Latinoamérica.

Las elecciones paraguayas de abril de 2013 junto a los comicios ecuatorianos de febrero de 2013 y los venezolanos también de abril abrieron un nuevo ciclo electoral latinoamericano que llegará a su fin con los comicios de 2016 cuando 17 de los 18 países hayan celebrado elecciones presidenciales (solo en México habrá comicios más allá de esa fecha, en 2018).

Se trata pues de un cuatrienio decisivo para comprobar la solidez de la propuesta del “socialismo del siglo XXI”, ya sin Hugo Chávez, el avance de la izquierda reformista en América del Sur y la fortaleza de las opciones de centroderecha en México, América Central, Colombia y Chile.

En este informe se va a sostener que la realidad política latinoamericana está marcada por tres “c’s”: el predominio de las tendencias políticas de **centro** (centroizquierda y centroderecha) unida al estancamiento de las posturas más radicales, la continuidad de los gobiernos en el poder gracias a la excepcional coyuntura económica de crecimiento constante desde 2003 —con la única salvedad de 2009— y, en tercer lugar, la emergencia de unas **nuevas y heterogéneas clases medias** en la región con mayor capacidad de consumo (y de endeudamiento) que explican también esa tendencia continuista y de las posturas de centro.

CALENDARIO ELECTORAL 2013-16

2013	Elecciones presidenciales en Ecuador, Paraguay y Venezuela (estas tres ya celebradas) y en Honduras y Chile
2014	Elecciones presidenciales en El Salvador, Costa Rica, Panamá, Colombia, Bolivia, Uruguay y Brasil
2015	Elecciones presidenciales en Argentina, Guatemala y Nicaragua
2016	Elecciones presidenciales en Perú y República Dominicana

“Existen tres tendencias políticas y electorales que conviven en América Latina. En algunos momentos unas pesan más que otras pero las tres siempre están presentes”

2. DESARROLLO

En primer lugar, para explicar esa tendencia al centro que experimenta la región, es necesario analizar (I) las diferentes tendencias y (II) las dinámicas políticas que conviven en América Latina.

Luego, en la tercera parte de este análisis, se estudiará la “moda” reeleccionista que está experimentando Latinoamérica.

I Las tres grandes tendencias políticas en América Latina

Gracias a las citas electorales que tendrán lugar en este cuatrienio se podrá comprobar cuál de las tres grandes tendencias que marcan la región tiene más peso. La idea predominante hasta ahora es que América Latina experimentaba giros bien a la izquierda (2002-2008) o a la derecha (2009-2012). En verdad, lo que muestra la realidad es que la dinámica política es más compleja y mucho más heterogénea.

La victoria de Sebastián Piñera en la segunda vuelta de las elecciones presidenciales de 2010 en Chile parecía confirmar la tesis de Álvaro Vargas Llosa sobre la existencia de un giro a la derecha en América Latina (triumfos de Ricardo Martinelli en Panamá, Porfirio Lobo en Honduras y del propio Piñera en Chile).

Esta idea venía a sustituir a la que circuló desde mediados de la década pasada cuando se hablaba de un “giro a la izquierda” en la región tras las victorias de Hugo Chávez en Venezuela (1998), Lula da Silva

en Brasil (2002/2006), Néstor Kirchner en Argentina (2003), Tabaré Vázquez en Uruguay (2005), Evo Morales en Bolivia (2005), Michelle Bachelet en Chile (2006), Rafael Correa en Ecuador (2006), Daniel Ortega en Nicaragua (2006), Álvaro Colom en Guatemala (2007), Cristina Kirchner en Argentina en 2007, Fernando Lugo en Paraguay (2008) y Mauricio Funes en El Salvador (2009).

Sin embargo, ni América Latina vivió un “giro a la izquierda” entonces, ni ahora experimenta uno a la derecha. La situación es mucho más compleja y variada, como compleja y variada es la región.

Existen tres tendencias políticas y electorales que conviven en América Latina. En algunos momentos unas pesan más que otras pero las tres siempre están presentes:

- **La consolidación del nacionalismo populista**

El “socialismo del siglo XXI”, “chavismo” o “bolivarianismo” no es sino un nacionalismo autoritario, estatizante y populista. Chávez inició en 1998 esa tendencia que tras mantenerse en soledad hasta 2005 (con el exclusivo apoyo de Fidel Castro en Cuba) recibió un espaldarazo cuando se incorporaron nuevos aliados como Evo Morales, Rafael Correa o Daniel Ortega.

2009 consolidó en el poder a los dirigentes nacional-populistas: Hugo Chávez ganó el referéndum de febrero que le permitía optar a la reelección

“2012 estuvo marcado por el continuismo y por el predominio de las victorias de las candidaturas de centro”

indefinida, Rafael Correa consiguió la reelección en los comicios de abril de 2009 y Evo Morales hizo lo propio en las presidenciales de diciembre en Bolivia ese mismo año.

La reelección de Correa en 2013 y del chavismo en 2012/2013 no han hecho sino reafirmar esa consolidación que sin embargo no ha visto unirse nuevos actores a este frente.

- **El avance del centroderecha**

Si hubiera existido un giro a la izquierda entre 2002 y 2009 no se entendería cómo el PAN (de centroderecha) gobernó desde 2000 en México o cómo lo hace desde el año 2002 el uribismo en Colombia (con el propio Uribe desde 2002 a 2010 y con su sucesor —y ahora rival— Juan Manuel Santos).

Asimismo, a estas dos figuras se unieron en 2010 la de Sebastián Piñera en Chile, la de Porfirio Lobo en Honduras en 2010 y desde 2014 Juan Orlando Hernández, y la de Ricardo Martelli en Panamá desde 2009 y Juan Carlos Varela quien ocupa la presidencia desde 2014 o la de Otto Pérez Molina en Guatemala. E incluso, en 2012, el PRI liderado por Enrique Peña Nieto reconquistó el poder.

- **La fuerza de la izquierda moderada y reformista**

Además de existir importantes excepciones a ese hipotético “giro a la izquierda” (como

México y Colombia), hablar en general de “giro a la izquierda”, como se hablaba hace una década, no dejaba de ser una simplificación pues era poner en un mismo contexto experiencias políticas tan diferentes como la de Bachelet o Lula/Rousseff (que respetan las libertades políticas y económicas) con las de Chávez/Maduro, Evo Morales y Correa.

Junto a la tendencia de centroderecha y de nacionalismo populista había, y sigue habiendo, una fuerte tradición de izquierda reformista que encarnan en la región Lula da Silva, Michelle Bachelet o José Mujica y su antecesor, Tabaré Vázquez.

En 2014 esta dinámica de heterogeneidad y pluralidad política ha continuado con el triunfo de la derecha en Panamá (el Partido Panameñista de Juan Carlos Varela), del centro en Colombia (Juan Manuel Santos, ahora rival de Uribe y del uribismo y aliado con el Partido Liberal y la izquierda), del centroizquierda en Costa Rica (Luis Guillermo Solís del Partido Acción Cívica) y de la izquierda (el FMLN) en El Salvador que llevaba como candidato a presidente al exguerrillero Salvador Sánchez Cerén.

II Dinámicas políticas regionales

Junto a las tres tendencias reseñadas es necesario subrayar que en estos últimos años (2010-2014) se puede percibir algunas dinámicas muy marcadas en la región además de la heterogeneidad de tendencias políticas: el continuis-

“Los gobiernos vinculados al ‘socialismo del siglo XXI’ han logrado consolidarse pero no han conseguido extender su influencia”

mo de determinados partidos o liderazgos en el poder y un cierto predominio de las fuerzas de centro (tanto de centroderecha como de centroizquierda).

- **Continuismo**

2012 estuvo marcado por el continuismo y por el predominio de las victorias de las candidaturas de centro (centroderecha o centroizquierda).

Este continuismo, como ratificación y apoyo a la gestión política y económica de los actuales gobiernos, se ha visto favorecido por el panorama económico de la región que ha estado marcado por la continuidad también en cuanto a la bonanza económica aunque con algunas nubes negras al fondo: la posibilidad de que la crisis de la Unión Europea se acabe contagiando al resto del mundo provocando una desaceleración en China y abortando la débil mejoría de Estados Unidos.

La bonanza ha permitido, a su vez, que los gobiernos pongan en marcha programas sociales (las transferencias directas condicionadas) que han favorecido que importantes sectores de la población abandonen la pobreza y se integren dentro de una incipiente clase media. Todo ello no ha hecho sino incrementar el respaldo de la población hacia los actuales oficialismos.

Ha habido continuismo por ejemplo en la República Do-

minicana con el triunfo del oficialismo, del leonelismo sin Leonel Fernández, encarnado en la figura de Danilo Medina: su partido el PLD se mantiene en el poder desde 2004 y permanecerá al menos hasta 2016 con la esposa del propio Leonel Fernández, Margarita Cedeño, ahora como vicepresidenta, marcando aún más las líneas de continuidad.

Ese continuismo se dio también en Venezuela (triunfo de Hugo Chávez en octubre de 2012 que luego fue ratificado en abril de 2013 con la victoria de Nicolás Maduro) y en Ecuador (reelección de Rafael Correa en febrero de 2013).

En cierto modo se puede considerar también continuismo el triunfo del PRI en México y del Partido Colorado en Paraguay. El PRI, de centroderecha, sustituye al PAN en el poder también de centroderecha. Y el coloradismo paraguayo vuelve al poder tras ejercerlo de forma continuada desde 1954 a 2008.

- **Centrismo**

En América Latina predominan en el último lustro las fuerzas de centro.

Esto se percibe en que los gobiernos vinculados al “socialismo del siglo XXI” han logrado consolidarse pero no han conseguido extender su influencia. Desde 2008 no ha habido ninguna otra incorpo-

“Los mandatarios en ejercicio aspiran a seguir en el poder por uno o varios periodos más y en la mayoría de las ocasiones salen triunfantes”

ración al bloque bolivariano. Incluso, esta tendencia política ha sufrido algunas pérdidas tales como la de un aliado del chavismo como Manuel Zelaya en Honduras (2009) o de una figura cercana como Fernando Lugo en Paraguay (2012).

Si 2010 fue el año del llamado “giro al centro” (victorias de Sebastián Piñera en Chile y de Juan Manuel Santos en Colombia), 2011 fue el que mejor expresó la heterogeneidad ideológica latinoamericana con victorias de un candidato centroderechista en Guatemala (Otto Pérez Molina) y de dos situados en la centroizquierda: en Perú (Ollanta Humala), y en Argentina (Cristina Kirchner).

En 2012 ese predominio centrista se reafirmó con el triunfo del PLD en la República Dominicana (un partido de centroizquierda devenido hacia posturas más pragmáticas u ortodoxas) y, sobre todo, del PRI de Enrique Peña Nieto en México.

III La ola reeleccionista en América Latina

Las reelecciones de Cristina Fernández de Kirchner en octubre de 2011, de Hugo Chávez en octubre de 2012 y de Rafael Correa en febrero de 2013 y de Juan Manuel Santos en junio de 2014 no han hecho sino reforzar una tendencia general en la región: los mandatarios en ejercicio aspiran a seguir en el poder por uno o varios periodos más y en la mayoría de las ocasiones salen triunfantes, resultan reelectos y

lo hacen con victorias abrumadoras (salvo en el caso de Santos), muchas veces en primera vuelta, superando el 50% de los votos.

En los años 80, cuando la democracia volvió de forma generalizada a la región, salvo en Cuba, en ningún país latinoamericano, excepto Nicaragua, República Dominicana y Paraguay, el presidente podía reelegirse de forma continua. En los 90 cambió la tendencia cuando en la mayoría de los países de América Latina empezó a triunfar la tendencia reeleccionista. La Argentina de Carlos Menem tras la reforma constitucional de 1994 y el Perú de Alberto Fujimori en su constitución de 1995 contemplaban la reelección continua, dos mandatos seguidos, algo que no existía en las constituciones previas (la del 79 en el caso peruano y la de 1853 en el argentino que permitían la reelección pero tras mandatos alternos).

Estos dos países iniciaron una tendencia que fue extendiéndose por la región: se unirían pronto otros como Brasil en 1997 y Venezuela (la Constitución de 1999 autorizaba una sola reelección pero con su posterior enmienda aprobada en 2009 que permitía la reelección indefinida), y ya en la siguiente década, la República Dominicana (2002), Colombia (2005), Ecuador (2008), Bolivia (2009) y Nicaragua (2010).

En otros países la reelección es más complicada como en Panamá o en Costa Rica. En este último país, en 2003, se aprobó la posibilidad de reelección alterna pues hasta ese momento estaba prohibido cualquier tipo de reelección.

“En solo un país,
Venezuela, se permite
la reelección indefinida”

Oscar Arias inauguró esta modalidad pues fue presidente entre 1986 y 1990 y de nuevo entre 2006 y 2010. En Chile, Uruguay y El Salvador el presidente en ejercicio no puede presentarse a la reelección y para volver a competir deben dejar pasar un periodo presidencial.

En el caso de Panamá, la explicación de por qué la reelección inmediata es complicada nos remonta a la asunción de Ernesto Pérez Balladares el 1 de septiembre de 1994, cuando el nacionalismo torrijista retornaba al poder democráticamente. Siguiendo la senda de sus homólogos peruano, argentino y brasileño, Pérez impulsó en la Asamblea una serie de reformas constitucionales para permitir la reelección presidencial por otros cinco años. Esta pretensión del oficialismo perredista recibió el respaldo de tres pequeños partidos del centro-derecha liberal: el Liberal Nacional, Solidaridad y Cambio Democrático. El mandatario argumentó que necesitaba otro ejercicio para completar las reformas económicas y conducir sin contratiempos la cuenta para la retrocesión del Canal, a culminar el 31 de diciembre de 1999, tema de máxima importancia para la economía nacional. Malparado en su intento reeleccionista, Pérez arrastró a su partido a la derrota en las elecciones presidenciales del 2 de mayo de 1999, en las que su candidato, **Martín Torrijos Espino**, cayó derrotado ante **Mireya Moscoso**, a la que transmitió el poder el 1 de septiembre.

En estos momentos, la situación en materia de reelección es, por lo tanto, muy variada:

- En dos países, Venezuela desde 2009 y Nicaragua desde 2014, se permite la reelección indefinida.
- En cinco países (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia y Ecuador), la reelección consecutiva está permitida pero no de manera indefinida.
- En otros siete casos sólo es posible después de transcurrido al menos uno o dos mandatos presidenciales (Chile, Costa Rica, El Salvador, Panamá, Perú, República Dominicana y Uruguay).
- Cuatro países prohíben la reelección en todos los casos (México, Guatemala, Honduras y Paraguay).

La posibilidad del reeleccionismo continuo es una tendencia que suele favorecer casi siempre a los oficialismos y a los presidentes en el poder. Desde que se iniciaron las transiciones a la democracia (1978) en República Dominicana y Ecuador, todos los presidentes que han buscado la reelección continua han ganado las elecciones menos dos: fueron los casos de Nicaragua en 1990 y la República Dominicana en 2004.

3. TENDENCIAS REELECCIONISTAS EN LA REELECCIÓN (2013-16)

América Latina se encuentra en pleno carrusel electoral (2013-2016) periodo en el que se va a asistir a una verdadera oleada reeleccionista.

“Varios expresidentes buscan regresar al poder en aquellos países donde la reelección continua no está permitida”

Entre 2013 y 2016 se van a dar las cuatro tendencias señaladas en lo que se refiere al reeleccionismo latinoamericano:

- Habrá **presidentes en ejercicio que aspiren a la reelección** (ha sido el caso de Rafael Correa y será el de Evo Morales en Bolivia electo en 2005 y reelecto en 2009 con cambio constitucional también incluido).

Además, Dilma Rousseff aspirará a la reelección en octubre de 2014 y Juan Manuel Santos ha sido el candidato del oficialismo en 2014, tras ser electo por primera vez en 2010 como heredero del uribismo.

- **Asimismo, varios expresidentes buscan regresar al poder** en aquellos países donde la reelección continua no está permitida.

Ha sido el caso de Michelle Bachelet en Chile, quien ocupaba el cargo entre 2006 y 2010, de Tabaré Vázquez en Uruguay quien en 2005 llevó al izquierdista Frente Amplio al poder, o de Alan García (presidente en 1985-90 y 2006-2011) y Alejandro Toledo (2001-2005) en Perú.

Además, Tony Saca, presidente salvadoreño entre 2004 y 2009, fue candidato presidencial en 2014 pero quedó fuera del balotaje tras ser superado por Salvador Sánchez Cerén y por Normán Quijano.

- **Esposas de presidentes con aspiraciones a suceder a sus maridos (una especie de reeleccionismo conyugal:** casos de Xiomara Castro en Honduras, Sandra Torres en Guatemala y se especula con el de Nadine Heredia en Perú).

Néstor Kirchner puso de moda en 2007 esta tendencia al ser electa en 2007 su esposa, Cristina Fernández. Además, dos mujeres de presidentes han aspirado, o pueden aspirar, a continuar la obra de su esposo. En Perú aparece con fuerza la figura de Nadine Heredia, esposa de Ollanta Humala, aunque para que ello ocurriera debería haber una reforma de la normativa electoral o una nueva interpretación de la misma en función a la Constitución que sí lo permitiría y que estaría por encima de la anterior.

En Centroamérica tras el fracaso de Sandra Torres en Guatemala en lograr luchar por la presidencia en 2011 (incluso se divorció de su esposo, el presidente Álvaro Colom, para eludir los impedimentos constitucionales), Xiomara Castro, la esposa de Manuel Zelaya, presidente de Honduras entre 2006 y 2009, como la candidata de la izquierda, fue la segunda candidata más votada para los comicios presidenciales de 2013.

Asimismo, la propia Sandra Torres, ya sin impedimento constitucional (su exmarido dejó de ser presidente en 2011), fue

“Si la coyuntura económica regional, y la mundial a la que está tan vinculada la región, no empeoran, todo indica que la clase media seguirá creciendo”

proclamada candidata presidencial por su partido, la Unidad Nacional de la Esperanza, cuyo consejo político está encabezado por el expresidente (y exmarido) Álvaro Colom.

4. CONCLUSIONES

Tras este repaso del panorama electoral latinoamericano para el próximo cuatrienio es posible entresacar las siguientes conclusiones:

- **Se puede afirmar que desde 2009 el electorado latinoamericano se está inclinando en su inmensa mayoría por tendencias moderadas y de centro. Y si no hay cambios económicos traumáticos todo indica que esa tendencia continuará en este periodo.**

El comportamiento del electorado es pragmático: elude opciones radicales y se inclina por la continuidad que garantice la estabilidad y progreso económico. Este comportamiento electoral que da preferencia a las opciones de centro se ha visto favorecido por el buen momento económico que vive América Latina y el aumento de la clase media.

Incluso, donde se imponen las tendencias del “socialismo del siglo XXI” lo hace porque esos regímenes cuentan con fuertes liderazgos carismáticos (Rafael Correa o Evo Morales), que impulsan políticas económicas ortodoxas las cuales, gracias al aumento de los ingresos provenientes de las exportaciones,

les permite llevar a cabo una gestión de clientelar. El FMI ha llegado en el caso de Bolivia a “celebrar el sólido desempeño económico” de este país el año pasado. El FMI se muestra también optimista respecto a la capacidad del gobierno de La Paz de “anclar” la inflación y pronostica que continuará su “muy favorable” tendencia logrando este año un crecimiento del 5,4%.

Sin embargo, cabe anotar que se mantienen las exportaciones de materias primas pues estos países no han logrado dar un salto significativo hacia la industrialización de los insumos básicos que producen.

Si la coyuntura económica regional, y la mundial a la que está tan vinculada la región, no empeoran, todo indica que la clase media seguirá creciendo lo cual no hará sino alimentar a las tendencias centristas tanto de izquierdas como de derechas y reforzará las dinámicas centristas y continuistas de preferir las opciones que hasta ahora han gobernado pues bajo esas administraciones los países han vivido estabilidad económica y desarrollo social.

- **Junto a las tendencias centrista y moderada, el continuismo se ha convertido en una de las características principales de la región.**

La efervescencia reeleccionista no hace sino confirmar que los sistemas políticos

de la mayoría de los países latinoamericanos tienen problemas similares que propician la tendencia reeleccionista como remedio frente a la escasa credibilidad de los partidos entre la opinión pública y el electorado, una perenne debilidad institucional, una tendencia innata al clientelismo y un exceso de personalismo. De hecho, una de las “victorias” que se debe reconocer a estos liderazgos que han emergido en América Latina es que han logrado deslegitimar a los partidos y a los políticos tradicionales, lo cual ha llevado a que en los países exista una escasa o casi nula oposición a los regímenes que están en funciones.

El colapso de los sistemas de partidos en muchos países, las debilidades de los poderes judicial y legislativo ha propiciado la concentración de poderes constitucionales y metaconstitucionales en la figura del presidente, lo que se conoce como “hiperpresidencialismo”. El hiperpresidencialismo, que trae consigo el reeleccionismo continuo como una forma de legitimar plebiscitariamente al caudillo carismático, merma la institucionalidad, potencia la política personalista, anula la división de poderes, y dificulta el control sobre la gestión del ejecutivo.

Ese hiperpresidencialismo en algunas ocasiones (casos de Venezuela, Ecuador o Bolivia) desemboca en el conocido como “autoritarismo compe-

titivo” que es explicado así por el cientista político Steven Levitsky:

“si Venezuela no es ni dictadura ni democracia, ¿qué es? Es autoritario competitivo, como el Perú de Fujimori. A diferencia de las dictaduras militares o de partido único, el autoritarismo competitivo es un régimen híbrido: hay instituciones democráticas que no son fachadas. Hay medios independientes y partidos de oposición, y la oposición compite seriamente por el poder (a veces gana, como en Nicaragua en 1990)... compite en una cancha desigual. Tiene menos recursos, menos acceso a los medios, sus líderes y activistas sufren varios tipos de hostigamiento y encuentran que, en vez de ser árbitros neutrales, las instituciones del Estado (Poder Judicial, organismos electorales, Sunat) se utilizan como armas en su contra. Jorge Castañeda describió las elecciones de 1994 en México -otro caso de autoritarismo competitivo- como un “partido de fútbol en el cual los arcos son de distintos tamaños y un equipo tiene 11 jugadores más el árbitro y el otro equipo tiene seis o siete jugadores”. El segundo equipo puede ganar, pero es muy difícil”.

Fenómenos como el “autoritarismo competitivo”, el reeleccionismo y el hiperpresidencialismo deterioran las institucionales democráticas. La mayoría de los países de la región son democracias plenas o incompletas, con elecciones libres y con liberta-

des civiles, condiciones ambas necesarias para la democracia, pero no suficientes para consolidar una democracia plena si no está acompañado de un gobierno transparente, participación política e instituciones fuertes y creíbles.

Las elecciones son un componente fundamental de la democracia. Pero sin instituciones democráticas fuertes y transparentes (un marco constitucional y organizaciones que surgen como consecuencia de él) que operen entre períodos electorales, no quedará protegidas la libertad y los derechos de las minorías y derechos humanos.

Finalmente, las democracias con instituciones débiles son más vulnerables a la corrupción y más propensas a inclinarse por un partido político que esté en el poder durante un largo período. Además, las democracias con débil institucionalización pueden retroceder y acabar

cayendo en regímenes autoritarios. La presencia de instituciones sólidas, con rendición de cuentas, evita o dificulta las tendencias autoritarias.

Por eso, el reto a corto plazo para los países latinoamericanos es fortalecer las instituciones políticas para preservar la democracia en la región y evitar los riesgos del reeleccionismo y el hiperpresidencialismo. Asimismo, las instituciones políticas son vitales, en la actual coyuntura, para dar respuesta y canalizar las demandas de las clases medias que exigen mejoras en los servicios públicos (transporte, educación y salud), la seguridad y el combate contra la corrupción y en favor de la transparencia. Protestas que, tras hacerse muy visibles en Brasil en 2013, han ido extendiéndose por toda la región asumiendo diferentes formas: manifestaciones, protestas e incluso una especie de "voto contrario al sistema político" que sería el caso del uribismo colombiano.



**Panorama audiovisual
en América Latina**
Concentración y
renovación tecnológica

d+i LLORENTE & CUENCA



1. INTRODUCCIÓN
2. EL CRECIENTE PROCESO DE CONCENTRACIÓN Y MUNDIALIZACIÓN
3. LA FUERTE PENETRACIÓN SOCIAL DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES
4. EL AUMENTO DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO
5. EL FUTURO: TELEVISIÓN EN ABIERTO, DE PAGO Y TDT
6. CONCLUSIONES

1. INTRODUCCIÓN

El panorama audiovisual es complejo y cambiante en América Latina, sobre todo desde el comienzo del nuevo siglo y en esta casi década y media que ha transcurrido. Ese perfil se debe a los cambios de tipo técnico y empresarial, por un lado, y las transformaciones de carácter político, por otro, que están teniendo lugar en la región.

En este informe se va a llevar a cabo un retrato del medio televisivo en la región destacando las principales características que delinear el modelo y los retos que enfrenta de cara al futuro. Un futuro que estará marcado por las siguientes características:

- **El creciente proceso de concentración y mundialización**
- **La fuerte penetración social de los medios audiovisuales**
- **El aumento de la intervención del Estado en su papel de legislador y de agente de comunicación a través de los canales públicos**
- **La diversificación de plataformas de cara al futuro: televisión en abierto, de pago y TDT y la consiguiente fragmentación de audiencias**

Estos cuatro puntos no hacen sino constatar que en la región, al hilo de lo que ocurre a escala mundial, han aparecido una serie de megacorporaciones que predominan, e incluso en algunos casos hegemonizan, el mundo audiovisual (**concentración**), un mundo de gran influencia social pues más del 90% de la población tiene acceso a, al menos, una televisión (**penetración**). A la vez, los cambios tecnológicos han **diversificado la oferta y fragmentado las audiencias**.

Esta situación ha llevado a que diversos gobiernos, desde algunos alineados con la centroderecha, como el de Peña Nieto en México, otros vinculados al “socialismo del siglo XXI”, como el de Rafael Correa, y otros claramente populistas de izquierda, como el de Cristina Kirchner, estén tratando, de formas muy diferentes, de ejercer mayor control sobre los medios en general y los audiovisuales en particular (**intervencionismo estatal**).

“Los medios públicos no han logrado ocupar, hasta ahora, un lugar central dentro del espectro mediático”

2. EL CRECIENTE PROCESO DE CONCENTRACIÓN Y MUNDIALIZACIÓN

La estructura televisiva en América Latina viene determinada por tres dinámicas claramente diferenciadas:

- el alto nivel de concentración del sector mediático
- su alta centralización: referida a la producción de contenidos en los principales centros urbanos, relegando así al resto de las zonas del interior de cada país a situarse en el rol de consumidores de contenidos producidos por otros.
- la televisión se ha desarrollado históricamente en la región como un proyecto fundamentalmente comercial y los medios públicos no han logrado ocupar, hasta ahora, un lugar central dentro del espectro mediático.

Esa concentración mediática en América Latina (en general los cuatro primeros canales sobrepasan el 80% de la audiencia y la facturación) no es un fenómeno reciente, sino que se remonta al mismo nacimiento televisivo en Latinoamérica. Lo que sí resulta inédito es el grado de integración (horizontal, vertical y multimedial) y concentración de la actual industria televisiva: los dueños de los medios son dueños además de compañías de telefonía fija, móvil y transmisión de datos. Su negocio no se limita solo a la televisión sino que incluye radios, periódicos (tanto tra-

dicionales como gratuitos como populares y deportivos).

Este proceso va acompañado por **unas estructuras empresariales más modernas** (menos vinculadas a intereses familiares como era antaño) que han forjado **alianzas al calor de la globalización con fuertes grupos transnacionales**, convirtiéndose, ellos mismos, en algunos casos, en empresas multilatinas.

Se trata además de **una concentración no solo económica sino también geográfica** vinculada a los grandes centros urbanos, en la mayoría de los casos las capitales de los diferentes países.

Como señala el profesor Bernardo Díaz Nosty, fundador y primer presidente de la Asociación para la Investigación en Comunicación y director de la Cátedra UNESCO de Comunicación de la Universidad de Málaga, “la convergencia tecnológica y la lógica corporativa contemporánea se amalgaman para propiciar la concentración mediática. Los mensajes digitalizados viajan más rápido, más lejos y a menos costos que antes. Las empresas que ya disponen de recursos comunicacionales están en mejores condiciones (a diferencia, por ejemplo, de nuevos grupos de productores de audiovisuales) para difundir los contenidos que elaboran”.

La tendencia a la concentración ha provocado que **aparezcan grupos gigantescos** de comunicación, como Televisa en México, O Globo en Brasil, Cisneros en Venezuela y Clarín en Argentina.

“Esa concentración no excluye la aparición, sobre todo últimamente, de medios regionales y comunitarios que han impulsado la escasa diversificación”

“Estos grupos, como señala Rosalba Mancinas Chávez, periodista y catedrática en la Universidad de Sevilla - España, se caracterizan por estar conectados a redes financieras y tecnológicas (telecomunicaciones). Además, se han ido fusionando progresivamente (esta dinámica proseguirá en el futuro) y establecen alianzas o acuerdos coyunturales para acciones concretas y para la compra - venta de productos”.

Esa concentración no excluye la aparición, sobre todo últimamente, de medios regionales y comunitarios que han impulsado la escasa diversificación. Sin embargo, aunque su radio de acción es menor y su capacidad económica no muy grande, su influencia puede llegar a ser clave para la movilización de grupos locales.

Los tipos de concentración varían de un país a otro:

- Hay sistemas televisivos altamente concentrados en un operador (como en Brasil con el Grupo Globo)
- O en duopolios como en México (con Televisa y Azteca TV), Venezuela hasta 2007 (Grupo Cisneros (Venevisión) y Grupo 1BC) y en Colombia (Caracol y RCN).

En concreto, la estructura del sector audiovisual mexicano se caracteriza por el histórico “duopolio” de dos grandes grupos mediáticos, Televisa, propiedad de la familia Azcárraga, y TV Azteca en ma-

nos de la familia Salinas. Las señales de estas dos grandes corporaciones concentran casi el 97% de los televidentes de todo el país, lo que les otorga un importante poder mediático, económico y político.

En Colombia, el sector audiovisual se caracteriza también por el duopolio que ejercen dos grandes grupos mediáticos con un elevado nivel de concentración en los medios de comunicación: Grupo Santo Domingo (Caracol) y Organización Ardila Lülle (RCN). Ambos grupos presentan alianzas con otros conglomerados internacionales y son poseedores de canales de televisión en abierto y cable, productoras, editoriales, radios, prensa, internet etc. Los dos canales privados de ámbito nacional acaparan, según la empresa de medición de audiencias, IBOPE, más del 50% de la cuota de audiencia en Colombia, RCN (26,9%) y Caracol (25,2%), mientras que los canales públicos no superan en ningún caso el 1%.

- En el resto de la región, en la mayoría de los países, tres o cuatro canales tienen especial preponderancia. El nivel de concentración en el sector audiovisual en Perú es muy elevado ya que sólo tres canales de televisión nacional privados disponen del 50% del total de la audiencia televisiva. Según datos de IBOPE, América Televisión el 21,3%

“Si algo une a todas las clases sociales en Latinoamérica es que en cada casa o apartamento hay, al menos, un televisor”

(Grupo Plural TV, dominado por Grupo El Comercio), ATV el 13,3% (Grupo ATV, controlada por el mexicano-estadounidense Ángel González) y Frecuencia Latina el 13,2% (Administrada por Baruch Ivcher).

En Argentina, cuatro canales (Canal 11, Telefé, Canal 13, Canal 9 y Canal 2) agrupan a más del 90% de la audiencia, pero apenas tres grupos empresariales, Grupo Clarín, Telefónica y Grupo UNO, controlan casi el 50% del total de señales en abierto. En Bolivia, también cuatro canales (UNITEL, Red Uno, ATB y Bolivisión) superan desde los 90 el 90% de la audiencia aunque en el último lustro se ha unido un nuevo acto, la red PAT.

A diferencia de estos países, en Ecuador, el sector de la comunicación está compuesto por una estructura en la que el Estado es uno de los mayores concentradores de medios debido a la incautación de grandes empresas, realizada en 2008, a grupos de exbanceros como en el caso de los hermanos Isaías. Así, el Estado actualmente es administrador de más de una veintena de medios, además de ser prestador de servicios de Internet y televisión por cable. Mientras, el espacio para los grupos empresariales que manejan medios privados se va reduciendo. Por disposición constitucional, los grupos Egas o Eljuri debieron vender sus empresas mediáticas debido

a que poseen acciones o son propietarios de empresas financieras. Y, ahora, solo quedan unas pocas familias con la gestión de algunos medios: grupos como Vivanco, Martínez, Alvarado, Mantilla...

3. LA FUERTE PENETRACIÓN SOCIAL DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

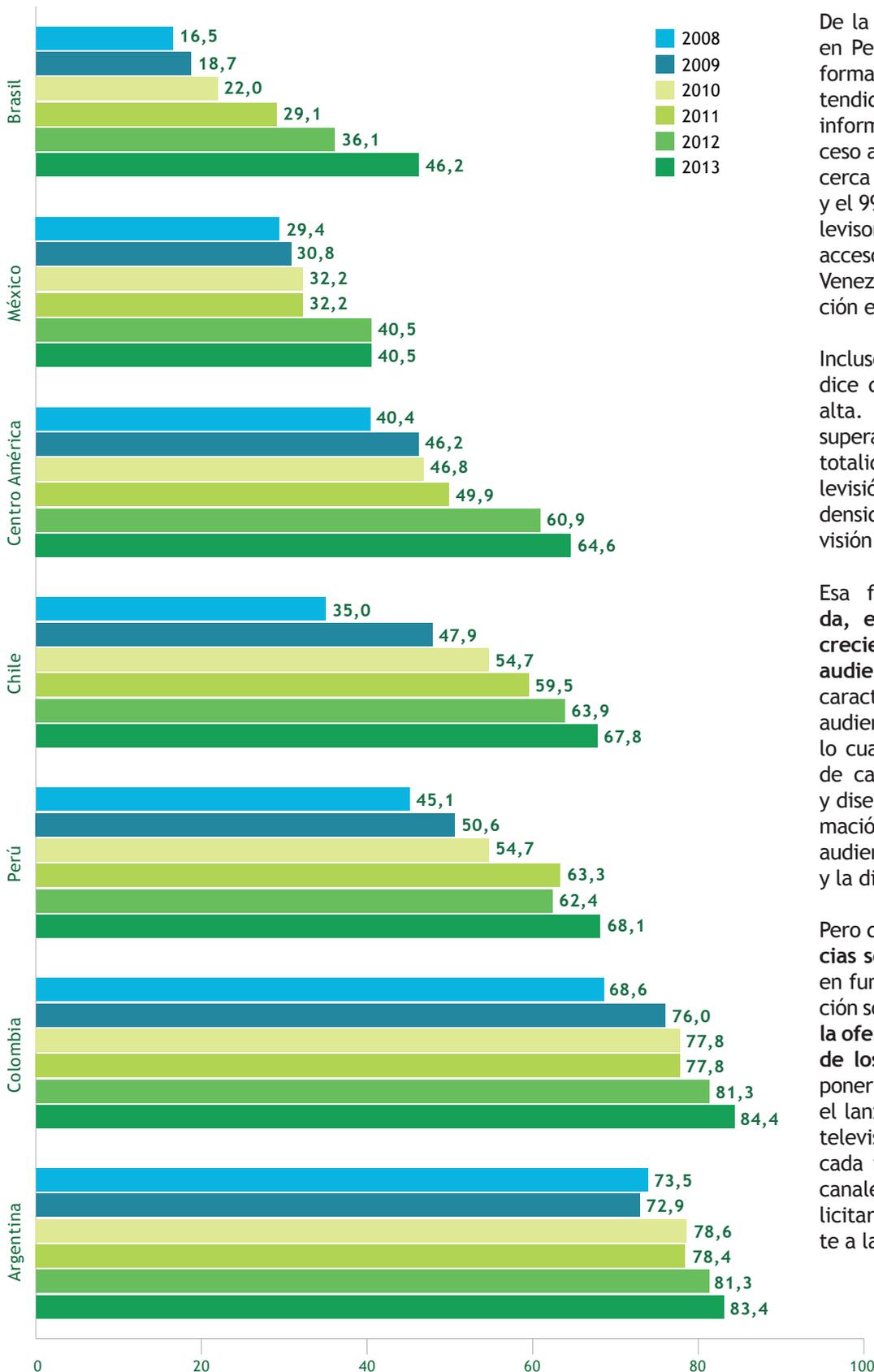
Pese a las diferencias sociales y a las carencias en amplios sectores si algo une a todas las clases sociales en Latinoamérica es que en cada casa o apartamento hay, al menos, un televisor.

De hecho, la penetración de la televisión en abierto alcanza niveles altísimos en toda la región: prácticamente del 100% en Argentina.

En Brasil, la televisión es también el medio de comunicación por excelencia pues posee el índice de penetración más alto de la región desde los años 90. Por eso, Brasil es el principal mercado de América Latina en televisión comercial abierta con una cobertura del 98% de los hogares, lo que supone una audiencia potencial de 175 millones de personas.

La televisión es el medio de comunicación más consumido asimismo por los 120 millones de habitantes de México, el 98% de los hogares dispone de televisión en abierto y poco más del 32% de pago. Ocurre lo mismo en Colombia, donde la televisión es el medio de comunicación más consumido por los 47 millones de habitantes, siendo su índice de penetración del 94,4%.

PENETRACIÓN "TV PAGA"- TOTAL INDIVIDUOS POR PAÍSES (%)



De la misma manera, la televisión en Perú es la tecnología de la información y comunicación más extendida en todo el país. Es la vía de información, entretenimiento y acceso a opinión de la mayoría de los cerca de 30 millones de habitantes y el 99% de los hogares tiene un televisor en casa, cerca del 30% tiene acceso a la televisión de pago. En Venezuela, el índice de penetración en los hogares es del 95%.

Incluso en los países con menor índice de penetración, ésta es muy alta. Es el caso de Ecuador que supera el 90%, prácticamente la totalidad recibe la emisión de televisión en abierto, mientras que la densidad de penetración de la televisión de pago es del 14,5%.

Esa fuerte penetración va **unida, en estos momentos, a una creciente fragmentación de las audiencias**. Hasta los años 90 la característica fundamental de las audiencias era **su segmentación** lo cual provocaba que los canales de carácter comercial elaboraran y diseñaran sus parrillas de programación ajustadas a unas franjas de audiencia en función de sus hábitos y la disponibilidad de consumo.

Pero desde los años 90, **las audiencias se han hecho más complejas** en función de la edad, sexo, situación social de las mismas y, a la vez, **la oferta se ha diversificado al hilo de los avances tecnológicos** (por poner un solo ejemplo, en Bolivia el lanzamiento de la normativa de televisión digital va a permitir que cada frecuencia pueda soportar 3 canales, por lo que en total podrán licitarse 66 señales digitales, frente a las 22 actuales).

“La avalancha de nuevos canales, y su acceso cada vez más fácil y barato, desemboca en una fragmentación de la audiencia”

La expansión del sistema de televisión de pago ha multiplicado las ofertas de programación y ha promovido la especialización temática de los canales. Así, se ha ido acentuando el proceso de la migración de las audiencias de los canales comerciales en abierto, que han perdido significativa cuota de pantalla, hacia los canales de la televisión de pago. Esto ha acentuado la fragmentación de las audiencias, pues se ha pasado de los muy reducidos canales en abierto, antes hegemónicos, a los extremadamente diversificados canales de pago.

Esa fragmentación se percibe en los índices de audiencia. En Argentina, el share de audiencia de TV de pago ascendió al 50% en el total de la población durante el primer trimestre de 2013, lo cual suponía un récord histórico en el consumo de este medio. En Chile, el share de participación de audiencia de la televisión de pago, creció en los últimos cinco años pasando de un 40% en 2008 a un 45% en 2013. En Colombia, con un porcentaje del 43,5%, el share de audiencia de la televisión de pago batió record en abril de 2013.

Esta realidad, que ya está presente en estos países de América Latina, es incipiente pero significativa en otros como México donde Televisa sigue siendo preponderante en las audiencias aunque ha ido perdiendo cuota de pantalla. Televisa tiene el 43,4% de participación de audiencia, seguido ya de la televisión de pago con 27,4% y TV Azteca que ha quedado relegada al tercer lugar con 19,5% del mercado.

Esa fragmentación está llegando a México de la mano de la televisión de pago que en los últimos tres años ha crecido en un 53% su participación en la audiencia de TV: de acuerdo con el estudio anual elaborado por Nielsen-Ibope, la televisión de pago en conjunto (en torno a 90 canales) superó en audiencia a TV Azteca, la segunda cadena de televisión abierta de México.

De la misma manera, e incluso de forma más acentuada ocurre en Brasil. En 1993 la cadena O Globo retenía el 56-59% de la cuota de pantalla y en la actualidad llega solo al 37%.

La avalancha de nuevos canales, y su acceso cada vez más fácil y barato, desemboca en una fragmentación de la audiencia, cada vez menos concentrada y más repartida, con indicadores de rating que con dificultad alcanzan dos dígitos.

Estos datos se confirman con el índice de audiencias de países como Argentina, donde **Telefe** llegó en 2012 a 11,2 puntos de audiencia, 1,7 por encima de su principal competidor, Canal 13, que se ubicó con 9,5. Estas cifras de **Telefe** se debieron al gran éxito de la serie “**Graduados**” junto con “**Dulce amor**”. El tercero del año fue Canal 9, con 4,7 puntos. **América** quedó cuarto con 4,3 puntos y **Canal 7**, con 2,7 puntos de promedio.

En Chile, como en Argentina se dan estos fenómenos de fragmentación de las audiencias y ratings de televisión que apenas alcanzan los dos dígitos. **Canal 13 fue la señal con mayor audiencia durante el 2012,**

“El deporte, en general, y el fútbol, en particular, es uno de los productos estrella en la región”

promediando 8,9 puntos de rating gracias a éxitos como la teleserie “Soltera otra vez” y el reality show “Mundos opuestos”. Tras ellos, vino **TVN con 7,7 puntos de promedio**, en el tercer lugar quedó **Chilevisión con 7,1** y el cuarto lugar lo ocupó **Mega con 6,6**.

En Perú, la lucha por la audiencia está encarnada en la competencia entre América, ATV, Frecuencia Latina y Panamericana y en Colombia, según IBOPE, Caracol superó en 2012 en share a RCN, que solo dos veces desde 1998 logró quedar por encima de su rival. Caracol ha caído del 36% al 28% mientras que RCN se mantiene en el 27% tras haber dado picos en 2006 del 35%. Caracol Televisión basó su éxito en 2012 con producciones como “Escobar”, “El Patrón del Mal”, “Rafael Orozco”, “El Ídolo” y el reality “La Voz Colombia”. En Brasil, TV Globo copa los primeros diez lugares del ranking, de lo más visto con su telenovela de las 21:00 horas (Avenida Brasil) con un promedio de 19,5 puntos de rating, seguida por el noticiero Jornal Nacional (14,5 puntos) y por Big Brother Brasil (13,5 puntos).

En 2012, los diez programas más vistos de la televisión venezolana fueron emitidos por Venevisión (Grupo Cisneros), según un estudio de AGB Nielsen y promedió un 46% de share nacional. El canal Televen (Televisión de Venezuela) registró un 31% de cuota de pantalla, detrás de Venevisión, mientras que VTV tuvo un 11% y Globovisión 8%. En México, el predominio de Televisa apenas es tocado por Azteca TV: como se indicaba antes, Televisa tiene el 43,4% de participación de

audiencia, seguido ya de la televisión de pago con 27,4% y TV Azteca que ha quedado relegada al tercer lugar con 19,5% del mercado.

En cuanto a los gustos de las audiencias hay que destacar que los espacios más vistos, los más populares, siguen siendo los que tradicionalmente lo han sido siempre:

- **El fútbol:** el deporte, en general, y el fútbol, en particular, es uno de los productos estrella en la región pues, de hecho, solo las telenovelas tienen la capacidad de derrotar a la retransmisión de encuentros de las ligas nacionales, las internacionales (las española y la inglesa en especial o la Liga de Campeones Europea), torneos regionales como la Copa Libertadores o supranacionales como el Mundial de Fútbol, la Copa Confederaciones, la Eurocopa o la Copa América.

Así, por ejemplo, en Chile, las dos emisiones más vistas en el primer trimestre de 2013 fueron el partido de Perú-Chile, que encabezaba el listado con 41,8 puntos el 22 de marzo, seguido con 41,5 del encuentro entre Chile y Uruguay el 26 de marzo de 2013.

El fútbol se ha convertido en un negocio televisivo y los ingresos por los derechos de televisión de las ligas de fútbol más importantes de América Latina aumentaron un 56% en 2012, superando los 1.000 millones de dólares. Según un informe de la consultora

“Las retransmisiones deportivas no solo son un negocio, para los clubes de fútbol y para los canales, sino un arma política”

Dataxis, los derechos de televisión para los partidos de fútbol de primera división en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú generaron 1.070 millones de dólares. Cuatro países -Brasil, Argentina, Chile y México- fueron responsables de más del 90% de la cifra del 2012 y los derechos sobre el campeonato brasileño tuvieron un valor de 610 millones en el 2012, casi el 57% del total.

Las retransmisiones deportivas no solo son un negocio, para los clubes de fútbol y para los canales, sino un arma política. En Argentina, el gobierno de Cristina Kirchner arrebató al Grupo Clarín, con el que está enfrentado desde 2008, los derechos de retransmisión de la liga local y creó “Fútbol para Todos”, a fin de ofrecer en abierto, los partidos de la liga argentina. Una medida de claro corte popular -algunos la califican de populista- la de dar en abierto lo que hasta entonces era de pago a través del programa estatal Fútbol para Todos. En Ecuador la situación es similar: los tres más grandes canales de televisión estatales se llevaron los derechos de transmisión del Campeonato Nacional de Fútbol (TC Televisión, Gama Tv y Ecuador TV).

En México la pelea es entre privados, una “guerra” por el fútbol que existe en estos momentos entre Carlos Slim,

Televisa y TV Azteca. Hay que recordar que América Móvil (propiedad de Slim) tiene intereses en clubes como León, Pachuca, Estudiantes Tecos mientras Televisa es dueña del América y TV Azteca es dueña de Morelia y Jaguares

- **Las telenovelas** son un fenómeno continental, que tiene poco que ver ya con los famosos culebrones. Tienen una mejor factura de producción, más profesional puesta en escena, con guiones bien armados e interpretado por buenos actores.

Además, encarnan una verdadera cultura televisiva que transmite valores y en muchos casos tiene un objetivo y alcance educativo. Según un estudio de la Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación, “la telenovela se transformó, a lo largo de su historia, no solo en el producto más rentable para la industria audiovisual brasileña, sino también en el formato más significativo en términos culturales, una vez que los brasileños pasaron a reconocerse por medio de ella, compartiendo referencias comunes”.

En cada país la emisión de las citadas telenovelas era el único espacio, junto con el fútbol, con capacidad de llegar y superar el 30% de cuota de pantalla en 2013. Los casos más llamativos son los de “Amores verdaderos” en Te-

“Los años 90 se caracterizaron por el creciente proceso de liberalización, desregulación y apertura al exterior de la economía y también en el medio audiovisual”

levisa o “Los Rey” en Azteca de México, “Solamente vos” en Canal 13 de Argentina, “Soltera otra vez” en Canal 13 de Chile, “Avenida Brasil” en O Globo, “La reina de las carretillas”, “Solamente milagros” en América Televisión en Perú, “Tres caínes” en RCN Colombia, “Válgame Dios” en la televisión del Grupo Cisneros en Venezuela...

Como dato significativo hay que tener en cuenta que Avenida Brasil, la novela brasileña que va después del Jornal Nacional, batió el índice de audiencia en Brasil superando al partido que enfrentaba a dos de los equipos más importantes de Sudamérica, como Corinthians y el argentino Boca Juniors: 49 puntos alcanzó la novela, uno más que el partido.

- **Realities, concursos y los talkshow** como “El Programa de Susana Giménez” en Telefe de Argentina, los realities “Combate” en Ecuador y “Desafío África” en Caracol Colombia, son después del fútbol y las telenovelas los espacios más vistos.

Hay excepciones en cuanto al predominio futbolístico y de las telenovelas, como «Periodismo para todos» del Canal 13 de Buenos Aires, un programa de periodismo de investigación, conducido por Jorge Lanata que ha llegado a batir en audiencia a las retransmisiones futbolísticas.

“La hegemonía de las telenovelas, realities y series en el prime time de la TV abierta se puede ver afectado por la fragmentación de la audiencia ante una nueva oferta, aunque también podría verse reforzados estos tres géneros por la vía de multiplicar ofertas “clónicas” en los futuros canales, nacidas de una visión conservadora del negocio televisivo”, señala Daniel Condeminas, consultor en temas de comunicación y profesor de la Universitat de Barcelona.

4. EL AUMENTO DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO

Los años 90 se caracterizaron por el creciente proceso de liberalización, desregulación y apertura al exterior de la economía y también en el medio audiovisual, que facilitó la diversificación multimedia, la internacionalización y la mundialización que le quitaron a estas empresas su original fisonomía “casera”, vinculada a grandes familias sin nexos externos.

Efectivamente, como señala Guillermo Mastrini (profesor argentino de la Universidad de Buenos Aires, especializado en concentración de medios de comunicación), una de las “características fundamentales de los medios latinoamericanos, desde su aparición y hasta los años ochenta, es que su propiedad y gestión estaba en manos de grupos empresariales de carácter familiar, que poco a poco fueron expandiéndose y dieron lugar a los gigantes conglomerados que controlan y concentran la propiedad de dichos medios en la

“Se ha incrementado el grado de intervención del Estado que ha pasado a regular los niveles de concentración de la propiedad”

región, también en nuestros días, aunque ya en la dinámica marcada por la globalización y las alianzas empresariales internacionales. Estas potentes empresas familiares crecieron a la sombra del poder político, en una relación de la que ambas partes se beneficiaban”.

En estos momentos se pueden observar dos tendencias de alcance regional y de carácter político en lo que se refiere a las relaciones entre el Estado y los medios audiovisuales:

Creciente intervencionismo estatal

En el último lustro, varios gobiernos de la región han impulsado cambios en la política con respecto a los medios. Se ha incrementado el grado de intervención del Estado que ha pasado a regular los niveles de concentración de la propiedad.

En Venezuela, la industria audiovisual había estado tradicionalmente dominada por dos grandes grupos mediáticos privados, Grupo Cisneros (Venevisión) y Grupo 1BC, también llamado Grupo Phelps (RCTV- Radio Caracas de Televisión). Esta estructura cambió a raíz de la consolidación del chavismo en el país entre 2002 y 2004 a partir de la cual irrumpen nuevos canales de titularidad estatal (Vive y Telesur). Además, esa estructura se vio claramente modificada en el año 2007 con la no renovación de la licencia de RCTV y su sustitución por la pública Tves. Y en mayo de 2013 se produjo la venta del canal Globovisión, propiedad de la familia Zuloaga, durante años la única

pantalla abierta a la oposición, lo que ha provocado la incertidumbre en relación a su nueva línea editorial que se presupone será ahora cercana al gobierno.

Además del caso venezolano, en 2008, en Ecuador, el gobierno se incautó de relevantes medios de comunicación del país, entre ellos dos importantes canales de televisión, Gama Tv y TC Televisión, al Grupo Isaías. Adicionalmente, ha creado algunos llamados medios públicos como Ecuador TV y los periódicos el Ciudadano y PP el verdadero. A eso se suma la reciente aprobación de la Ley de Comunicación, la cual exige la distribución del 100% del espacio radioeléctrico en partes iguales para medios públicos, privados y comunitarios.

En Argentina se aprobó en 2009, la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual que establece las pautas que rigen el funcionamiento de los medios de radio y televisión y crea un órgano administrativo regulador, la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Además, busca acotar la expansión del Grupo Clarín ya que limita la cantidad de señales de cable y las prácticas de concentración empresarial.

Estos gobiernos persiguen dos objetivos con este tipo de medidas:

- **Crear nuevos marcos regulatorios.**

Los gobiernos de la región se encuentran en una dinámica de impulsar importantes cambios en materia legislativa so-

“En otros países, el Estado se ha transformado en el último lustro también en un actor mediático creando sus propios canales”

bre el tema comunicacional, como ya hiciera Argentina en 2009 y Ecuador en 2013.

En esa línea, la Asamblea Nacional de Ecuador aprobó por amplia mayoría, una polémica norma de comunicación que regula a los medios y que ha sido calificada por la oposición como “ley mordaza”. La norma establece, entre otras cosas, una nueva repartición de frecuencias que reduce sustancialmente el espacio del sector privado. Sin embargo, el aspecto que más han denunciado los medios es la creación de dos organismos: la Superintendencia de Información y Comunicación y el Consejo de Regulación de Medios.

El primero se encargará de la “vigilancia, auditoría, intervención y control” y podrá aplicar sanciones económicas y administrativas a los medios. Por su parte, el Consejo de Regulación de Medios tendrá atribuciones en diversos ámbitos como la adjudicación de frecuencias. La ley también incluye la figura del “linchamiento mediático”, que se produce por medio de la publicación reiterada de informaciones con el fin de “desprestigiar o reducir” la credibilidad pública de personas físicas o jurídicas.

- **Dotar a los gobiernos de los mecanismos suficientes para actuar como importante operador comunicacional.**

En América Latina no existe un modelo único de televisión

pública. La de Cuba ocupa una posición de monopolio, típica de un Estado totalitario, y en Venezuela los medios públicos se encuentran altamente politizados a favor del gobierno. En México, los canales públicos nacionales tienen como misión exclusiva la de producir contenidos culturales y en Colombia, las emisoras regionales (8 en total) cuentan con una amplia programación de interés público.

Además, en otros países, el Estado se ha transformado en el último lustro también en un actor mediático creando sus propios canales que no solo se han convertido en altavoces de las políticas públicas sino también en competidores de los medios privados. Estos nuevos medios estatales, en los casos de Argentina, Bolivia, Ecuador y Venezuela, buscan abiertamente disputar con los grupos privados la conquista por las audiencias.

Venezuela y Ecuador son dos ejemplos paradigmáticos. Hasta el año 2004, Venezolana de Televisión (VTV) era la única operadora de televisión de titularidad pública. Sin embargo, en 2013, se pasó a 7: además de Venezolana de Televisión, TVES, Vive, ANTV, Ávila TV y Telesur, ésta con 2 señales.

Este hincapié en las televisiones públicas (por ejemplo, en 2007 en Ecuador el gobierno de Rafael Correa creó el canal público de televisión Ecuador Tv) viene a cambiar una dinámica histórica en la región de esca-

“Frente a la corriente encarnada en los gobiernos del ‘socialismo del siglo XXI’ o del populismo de izquierdas que buscan mayor intervencionismo en el ámbito de los medios, se alza la alternativa más ‘liberal’”

so desarrollo de las televisiones públicas frente a una preponderancia de los canales privados y comerciales. Vale anotar que en Ecuador la competencia entre canales públicos y privados es inverosímil ya que los medios estatales son financiados por el fisco, es decir, no compiten en términos de publicidad porque no necesitan esos ingresos.

Fenómeno diferente es el que está teniendo lugar en México. Existen canales federales tradicionales como Canal 11, Canal 22 y TV UNAM, algunos caracterizados por la buena calidad y excelente contenido de la programación como el Once que incluso ha recibido galardones internacionales. A estos canales se han unido los locales vinculados a los gobiernos estatales y municipales como el Canal 13 de Yucatán o Telemax de Sonora.

En la década de los ochenta se desarrollaron, por iniciativa de los gobiernos estatales o municipales, distintos sistemas de televisión regional. Hasta el año 2003 existían 27 sistemas estatales de medios audiovisuales que se constituyeron como un espacio para dar relieve a la cultura regional. Ahora, como señala Raúl Trejo Delabarre, investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM (México), “en 28 de los 32 estados del país hay televisoras manejadas por los gobiernos locales. Entre todas, concentran 253 frecuencias. Sin embargo, muchas de ellas transmiten con poca potencia y no cubren todo el territorio de los estados donde funcionan. En cambio las televisoras privadas suelen tener alcance más amplio. Por ejemplo en Oaxaca,

uno de los estados más pobres del país, la televisión del Gobierno local tiene 52 canales. En Huajuapán de León, Oaxaca, la repetidora de esa cadena estatal transmite con 700 vatios en tanto que la repetidora de una de las cadenas de Televisa lo hace con 36 mil vatios”.

Apuesta por la liberalización y la apertura

Frente a la corriente encarnada en los gobiernos del “socialismo del siglo XXI” o del populismo de izquierdas que buscan mayor intervencionismo en el ámbito de los medios, se alza la alternativa más “liberal”, que en México tiene un ejemplo claro en el gobierno de Enrique Peña Nieto.

El gobierno de Enrique Peña Nieto vio aprobada en julio de 2014 la ley de reforma de las telecomunicaciones (“ley telecom”) tras retrasarse más de seis meses la ratificación debido a la agria polémica política y las fuertes presiones corporativas. Todo indica que el gobierno mexicano, consciente de que acabar con las grandes corporaciones es imposible, y quizá tampoco deseable, optó por utilizar las ambiciones de ambas (Telmex y Televisa) para abrir la puerta a la existencia de mayor competencia en el sector de las telecomunicaciones.

Es la tesis defendida desde hace años por el académico Héctor Aguilar Camín quien cree que la guerra entre Televisa y Telmex resulta positiva para el país: “Lo ideal para México es que en el sector de telecomunicaciones compitan jugadores grandes, que todos tengan triple play, y que el resultado sea

“La pregunta que surge es cuál va a ser la estrategia de Slim y Televisa: ambos grupos han reaccionando, readaptando las líneas estratégicas de sus negocios”

mejor calidad y mejor precio para el público. Quizá es esto lo que estamos empezando a ver pero entre competidores que no están acostumbrados a la competencia y por ello se agravan y se pegan de más”.

Así la estrategia del gobierno de Peña Nieto (crear contrapesos a Televisa y a América Móvil) se ha traducido en dos dinámicas:

- Enfrentar entre sí a las grandes corporaciones

Televisa y Slim fueron históricamente aliados, hasta 2005, y defendieron sus mutuos intereses, que se encontraban en sectores paralelos que no se entremezclaban. Ahora esos intereses han colisionado, choque que ha sido además atizado por las reformas de Peña Nieto, abriendo al Grupo de Slim la puerta de un ámbito que le estaba vedado, la televisión de pago, mientras que se le permite a Televisa comprar hasta el 100% de las compañías de televisión por cable a fin de reforzarse de cara al aterrizaje de América Móvil en el área del triple play. Además, Televisa va poder incursionar en el ámbito de la telefonía móvil, hegemónico por el Grupo Slim.

- Abrir el campo a la competencia

El propósito de la reforma era generar más competencia y combatir las excesivas concentraciones, y ese objetivo se va a cumplir, al menos en parte. La reforma constitucional de 2013 logró esta apertura, fomentó la

competencia y creó un organismo regulador, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, con facultades para combatir abusos en los servicios.

Ante este nuevo panorama, la pregunta que surge es cuál va a ser la estrategia de Slim y Televisa: ambos grupos han reaccionando, readaptando las líneas estratégicas de sus negocios.

- La estrategia de Slim va a ser triple:

- » **Expansión hacia el triple y cuádruple play:** Se le abre la oportunidad de entrar en el negocio, mucho más rentable, de la televisión de pago, en “triple play” que permitiría a Telmex ofrecer telefonía fija, internet y televisión de pago. Telmex posee 14.6 millones de líneas, de las cuales 8.1 millones de usuarios poseen paquetes de telefonía fija e internet. Esos clientes son potenciales usuarios de los servicios de “triple play” a los que, hasta ahora les faltaba ofrecer televisión de pago.

Pero para entrar en el triple play Telmex debe dejar de ser preponderante en telefonía lo cual le obliga a desprenderse de los clientes, seguramente los que no pertenecen a ningún paquete de telefonía e internet.

- » **Expansión hacia la televisión de pago:** América



Móvil tendrá que adelgazar, pero a cambio se le abre todo el territorio de la televisión de pago en el que América Móvil está desde hace tiempo interesada porque tiene mucho campo por el cual crecer pues posee una penetración aún escasa en México (en torno a 37%).

Lo único que no tenía Slim era el cambio del título de concesión de Telmex para poder dar televisión. Al dejar de ser preponderante, entrará en directa competencia con Televisa, con muchos mayores recursos y toda su fibra óptica sembrada en el país, que lo coloca en buenas condiciones de competir. Al concretar América Móvil la venta de activos deja de ser monopolio, por lo que podrá reanudar el cobro de la interconexión y entrar a competir en la televisión de pago, respaldado por 49% del remanente de su imperio en telecomunicaciones.

- » **Expansión exterior:** La reacción de Slim de desincorporar y vender los activos necesarios para no ser considerado agente preponderante en el sector de telecomunicaciones de México le aportará recursos de la venta podrán utilizarse

para invertir fuera del área de telecomunicaciones de México. Ya el Grupo Carso ha venido desarrollando actividades en bienes raíces, construcción y cemento y seguirá invirtiendo en telecomunicaciones, pero fuera de México. América Móvil ha adquirido el control total de Telekom Austria, participa en KPN y se prevé que vaya aumentando también sus inversiones en telecomunicaciones en Brasil, Perú y Colombia.

- **Efectos sobre Televisa**

Televisa también sufrirá limitaciones tras la aprobación de la “ley telecom” pero a la vez, como Slim, le permitirá crecer en otros ámbitos. Las limitaciones para Televisa vendrán por el nacimiento de tres nuevas cadenas de televisión en abierto: dos privadas y una pública, las cuales estarán operando en 2015.

La estrategia de Televisa va a ser crecer en dos ámbitos, en telecomunicaciones para fortalecerse en la telefonía móvil y en la televisión de pago, a fin de competir con América Móvil.

- » En el terreno de la telefonía, lo más probable es un alianza entre Televisa, AT&T y Direct TV para ofrecer el cuádruple play: servicios de telefonía fija, móvil, internet y televisión digital.

- » Debido a la decadencia de la televisión en abierto (los ingresos de Televisa han caído un 23%) el objetivo es ahora expandirse en la televisión de pago y, de hecho, el Grupo Televisa apuesta por un sistema de cable nacional y uno satelital (SkyMéxico es propiedad de Televisa) como una forma de competir con Slim.

5. EL FUTURO: TELEVISIÓN EN ABIERTO, DE PAGO Y TDT

El futuro a corto plazo de la televisión en la región está vinculado claramente a las innovaciones tecnológicas. **La televisión de pago, al hilo de esas transformaciones técnicas y de las mejoras socioeconómicas (emergencia de una clase media con capacidad de consumo), está ganando peso a costa de la televisión generalista en abierto.** Pero a la vez, debe afrontar un reto, el de la Televisión Digital Terrestre que puede poner en peligro su “reinado” sobre todo porque el “apagón analógico” se va a ir dando a lo largo de esta década.

Televisión en abierto y de pago

En estos momentos se vive una doble dinámica en la región: el aumento espectacular de la televisión de pago va acompañado de nuevas licencias de televisión en abierto.

Así, el gobierno argentino aspira a aumentar de 90 a 300 las nuevas licencias de televisión en abierto. En México el Consejo Rector

del Pacto por México ha acordado la creación de dos nuevos canales de **televisión en abierto** y una tercera señal gubernamental operada por el Estado.

De forma paralela, la **TV por cable está teniendo un crecimiento espectacular y en América Latina** mueve ya en torno a 1.500 millones de dólares al año. El promedio global de penetración en la región gira en torno al 55% habiendo aumentado sostenidamente en el último quinquenio desde el 36%. En mercados con gran penetración y más consolidados en cuanto a la práctica y costumbre de poseer TV de pago en los hogares como Argentina y Colombia, el crecimiento de la penetración rondó un 15%. En países como Brasil, Chile y México los porcentajes de crecimiento de la penetración entre el 2008 y el 2012 fueron de un 118% en Brasil, un 83% en Chile y un 38% en México, según datos del Latin American Multichannel Advertising Council (LAMAC).

Además, **existen enormes perspectivas de crecer, sobre todo en los mercados brasileño y mexicano** que en términos brutos ya tienen los mayores índices de población suscrita, aunque en términos relativos son superados por otros países de la región.

La razón principal de este crecimiento reside en que estos dos países no son solo los que cuentan con más población de la región sino que además está creciendo en ellos la clase media. En México de 2000 a 2010, la clase media en el país, contabilizada en términos de hogares o personas,

“En México y Brasil esperamos ver una explosión en los próximos años”

pasó de 38,4 a 42,4% de la población, informó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Y en Brasil unos 39,5 millones de brasileños llegaron a la clase media, entre 2003 y 2011, según un estudio de la Fundación Getulio Vargas (FGV). Una clase media que con mayor capacidad de consumo, puede destinar más recursos al esparcimiento y al ocio donde juega un papel muy importante la televisión. Estos países además se transforman en el principal campo de desarrollo de las empresas televisivas pues cuentan con un marco político (seguridad jurídica en México y Brasil) y social (clase media en aumento, una parte de ella no vulnerable) propicio para crecer de una forma estable.

“En estos países los niveles de crecimiento en la penetración han sobrepasado los récords históricos. En el caso de México, en el período de 2007 a 2012, la penetración pasó de 29% a 41%. Brasil, según cifras reportadas por Ibope para 8 ciudades, la

penetración de TV paga a 2012 fue de 36,1%, lo que se traduce en un crecimiento de 143% desde 2007”, asegura Gary McBride, presidente y CEO del Consejo Latinoamericano de Publicidad en TV de pago.

Para McBride, “en México y Brasil esperamos ver una explosión en los próximos años, y eso contribuirá a la consolidación de nuestro negocio en estos países. Si analizamos el crecimiento, veremos que hay un fenómeno en común: las tasas de crecimiento más aceleradas en penetración las estamos viendo en los NSE Medio y Bajo”.

Colombia, también un país con una creciente clase media urbana, se ha convertido en el país latinoamericano con mayor penetración de la televisión de pago ya que está presente en 8 de cada 10 hogares colombianos, según el Consejo Latinoamericano de Publicidad en Multicanales (Lamac). La televisión de pago en Colombia creció 23% en los últimos 5 años llegando así a alcanzar al 84,4 % de los colombianos.

PENETRACIÓN “TV PAGA”, TOTAL INDIVIDUOS, LATINOAMÉRICA (%)



Fuente: Datos relevados por IBOPE en el Establishment Survey. Los años 2013, 2014 y 2015 corresponden a estimados LAMAC.

En el segundo lugar, también con datos de LAMAC, se encuentra Argentina, que lideraba hasta 2012 la región con un 83% de penetración en sus hogares. Tercero es Chile con el 60%, que entre 2012 y 2013 experimentó un crecimiento del 40%. Luego se sitúan Perú (53%) y Venezuela (50%) y les siguen México, 44% y Brasil con un 40%.

Otros mercados son menos potentes, pero también están experimentando un crecimiento notable.

Es el caso de Ecuador, donde el mercado de la TV de pago alcanzó al 31 de enero de 2013 los 650.870 suscriptores, un 29,9% más que los 500.893 registrados al último día de 2012. Algo similar ocurre en Uruguay donde los suscriptores a TV de pago aumentan en torno a un 10% al año.

Esta tendencia creciente de la televisión de pago se explica por varias razones:

- **Debido a la competencia entre los operadores de cable** que ha permitido un “proceso de masificación” con nuevas ofertas y formas de pago más accesibles.
- **A la mejora económica y social de la región**, plasmada en las nuevas clases medias emergentes con mayor capacidad de consumo.

La propia industria admite que 2012 fue muy positivo en tema de distribución, por tres factores, el crecimiento de la clase C en Brasil, la consolidación de mercados maduros como Argentina y el buen desarrollo que están teniendo mercados como Colombia, Perú y Chile. Por todas esas razones, la región se coloca como uno de los mercados más atractivos para el desarrollo de la TV de pago.

El futuro de la televisión de pago

En el último lustro, la televisión de pago no solo se ha consolidado en América Latina sino que ha dado un salto cualitativo ya que por primera vez en la historia, en 2012, más de la mitad de los hogares de la región contaba con televisión de pago, como se puede observar en este cuadro.

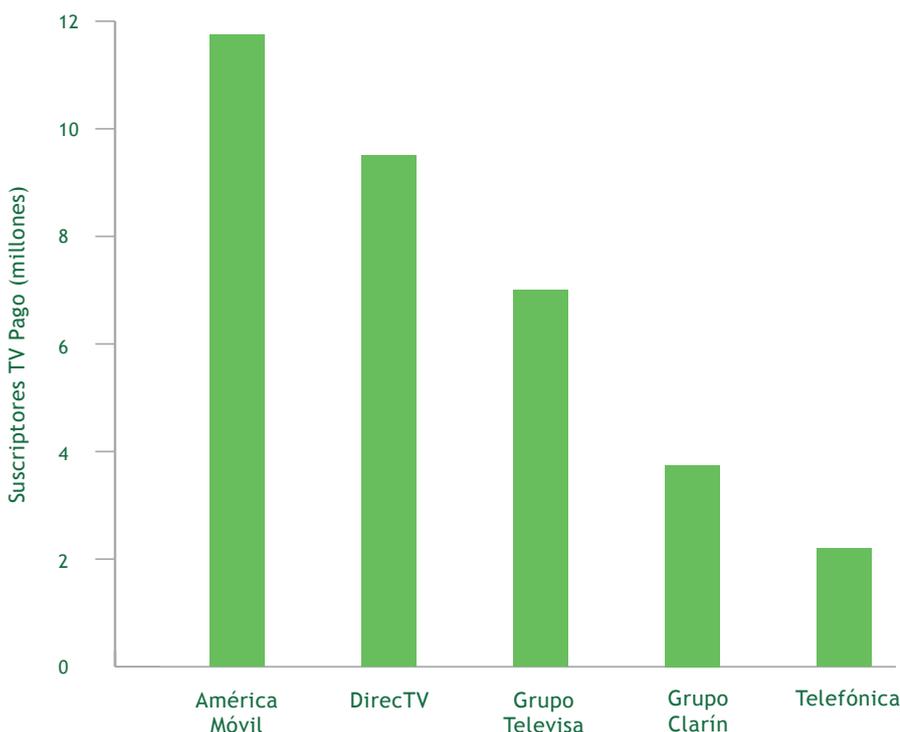
A medio plazo la televisión de pago tendrá **dos características: primero, un fuerte desarrollo y, en segundo lugar, una creciente concentración.**

- **Fuerte desarrollo**

La televisión vivirá en los próximos cinco años una interesante evolución. La Televisión Digital Terrestre y la llegada de la TV por Internet diversificarán la oferta y obligarán a las operadoras de televisión de pago a redefinir sus modelos de negocio.

Sin embargo, a pesar de que habrá una progresiva evolución de la oferta televisiva, todo indica que la TV de pago seguirá vi-

TOP 5 LATINOAMÉRICA TV PAGO - OPERADORES TV, H1 2012



Fuente: TeleGeography

“Los próximos años para la TV de pago se caracterizarán por la consolidación en toda la región latinoamericana”

gente e incluso en crecimiento. Esto lo corrobora la consultora Dataxis, empresa especializada en Inteligencia de Mercado en TV en América Latina.

Los próximos años para la TV de pago se caracterizarán por la consolidación en toda la región latinoamericana en donde la gran mayoría de países alcanzarán tasas de penetración superiores al 70%. Según el análisis de Dataxis, los 7 mercados de TV de pago más importantes de América Latina totalizarán más de 67 millones de clientes en 2016.

Este estudio de Dataxis afirma que para 2016 Brasil, México y Colombia serán los países líderes y a medio plazo, esos más Argentina, serán los cuatro mayores mercados de televisión de pago por volumen de clientes reuniendo casi el 90% de los abonados.

- **Creciente concentración**

Dataxis señala asimismo que entre 2006 y 2010 se registró una fuerte concentración del negocio. Los 10 principales Grupos de TV de pago en la región reunían en 2010 el 73,7% de los suscriptores, 10,5 puntos más que en 2006.

A su vez, los dos Grupos con las mayores tasas de crecimiento en ese período fueron DirecTV y América Móvil, número uno y dos respectivamente.

DirecTV venía siendo el líder de este segmento desde el año

2007, apoyado en sus principales mercados: Argentina, Brasil, Colombia, Venezuela, Chile y Perú. Sin embargo, el magnate mexicano Carlos Slim, se ha convertido en el principal proveedor de televisión de pago en América Latina, y con servicios de “triple play” tomó ventaja en 2010 en países como Chile, Ecuador y Perú, a excepción de Argentina y México. El grupo mexicano, América Móvil, ha sobrepasado al holding estadounidense DirecTV como el principal proveedor de servicios de televisión por suscripción.

6. CONCLUSIONES

Los próximos años van a ser testigos de **grandes cambios en el panorama audiovisual latinoamericano**. Al menos van a ocurrir esos cambios en una doble dirección que, aunque parezca contradictoria, al final son dinámicas paralelas.

Por un lado, **el proceso de concentración se incrementará** pues las grandes megacorporaciones llevan ya mucho tiempo en esa tendencia y en la región se han formado potentes grupos comunicacionales que hegemonizan el mercado de la televisión en abierto y de pago.

Por otro lado, **los avances tecnológicos en materia de comunicación van a incrementar aún más la diversificación** y fragmentación de las audiencias por el acceso a la información a través de la televisión de pago y, sobre todo, la televisión por internet por no hablar de los canales locales comu-

“El principal reto a escala latinoamericana va a ser el ‘apagón analógico’ ”

nitarios y los pertenecientes a las minorías étnicas y sociales.

En concreto, se destacan en ese medio plazo dos “transformaciones revolucionarias” en el campo audiovisual: “el apagón analógico” (y la consiguiente implantación de la TDT) y el desarrollo de la tecnología “multiplay”.

El principal reto a escala latinoamericana va a ser el “apagón analógico” que acumula cierto retraso en América Latina con respecto a Europa y a los Estados Unidos pero que ya ha iniciado su andadura. Hasta 2013, solo una ciudad en toda la región, Tijuana en México, había dejado de emitir completamente en analógico (mayo de 2013). A finales de 2012 más de 12 millones de hogares tenían acceso en América Latina a la TDT, es decir casi un 10% de los hogares con televisión en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela.

Según un estudio publicado por Daxxis, en 2016 “habrá en América Latina un número mayor de habitantes accediendo a la TDT que a la TV analógica. Además, el estudio prevé que para el año 2017 la TDT sea la principal plataforma de recepción televisiva entre los hogares que no estén suscritos a una plataforma de pago en Brasil, Argentina y Venezuela. Entre los países que registrarán el mayor número de hogares con acceso a la TDT a finales de 2017 se encuentra en primer lugar Brasil, con alrededor del 65% del total latinoamericano. México, con el 10,3% de los hogares, ocupará la segunda posición y Argentina se posicionará como el tercer mayor mercado con el 8%”.

México deberá concluir las transmisiones analógicas como muy tarde el 31 de diciembre del 2015, lo mismo que Uruguay y la República Dominicana. Brasil, Paraguay y Colombia lo harían en el 2016; en 2017, Costa Rica, Panamá y Chile; El Salvador y Ecuador, en 2018; en 2019, Argentina y Colombia; en 2020, Perú, Bolivia y Venezuela; Honduras, en 2021 y Perú en 2014.

La TDT supondrá un cambio cualitativo y cuantitativo no solo para la televisión, sino también para la radio y para múltiples sistemas de comunicación:

- La televisión analógica representa una utilización ineficiente del espectro ya que satura el número de canales disponibles en un país. Al usar la TDT una menor cantidad de espectro radioeléctrico **se hace realidad la posibilidad de que existan más canales.**
- Las señales digitales permiten **una mejor calidad del audio y vídeo en alta definición.**

Por otro lado, América Latina en el tema de la TDT ha vuelto a demostrar la **heterogeneidad que le caracteriza y no ha optado por un único y homogéneo sistema TDT, sino que se han repartido en torno a tres alternativas.**

La norma de Televisión Digital Terrestre japonesa (ISDB) fue adoptada por el gobierno brasileño allá por 2006 lo cual arrastró al resto de países de Mercosur (Argentina, Paraguay y Uruguay) frente a los otros estándares como el europeo (DVB) y el estadounidense (ATSC) que



tuvo especial seguimiento en los países más vinculados a EEUU (México, Centroamérica –salvo Guatemala y Nicaragua– y el Caribe).

Esta heterogeneidad, más allá de evidenciar las peculiaridades latinoamericanas, va a provocar serios problemas a la hora de intentar, en un futuro, aprovechar sinergias comunicacionales en la región o propiciar la integración cultural, educativa y televisiva, debido a la falta de compatibilidad de los sistemas, aumentando el aislamiento entre los diferentes países y las dos grandes zonas de la región (Norte y Sudamérica).

El otro reto a escala latinoamericana que va a cambiar la forma de entender la comunicación en general y la televisión en particular es el triple play (la provisión de servicios combinados de voz, Internet, televisión en entornos

fijos y móviles y conectividad inalámbrica de tipo Wi-Fi).

Lo lógico es que América Latina transite en breve por el mismo camino que Europa, donde el triple play fijo ha tocado techo y se expande en el ámbito de la telefonía móvil con la creación de contenidos orientados a ese tipo de soporte. La televisión por Internet (IPTV) tiene la capacidad de ofrecer contenidos de vídeo y televisión multicanal, con una calidad de imagen similar a los DVD.

A medio plazo, el mundo de la televisión en América Latina va a vivir una transformación muy profunda: la del desarrollo y competencia entre la televisión digital y satelital y el multiplay el cual se diversificará los soportes a través de los cuáles se podrán ver los contenidos televisivos (el triple play con servicios de TV de pago, telefonía e Internet) para el ordenador, la tableta o el Smartphone. El usuario ganará con esa diversificación de las ofertas y con precios más asequibles aunque no siempre encontrará mejor calidad y servicio.

La TDT ofrece más canales, con una mejor calidad de imagen y de forma gratuita, pero su desarrollo llega justo en un momento en el que aparecen otras tecnologías que ofrecen más prestaciones, en especial la televisión por internet que encarna una alternativa signada por televisión a la carta y vídeo bajo demanda que permiten la transmisión de contenidos en forma digital.

De ese duelo entre la TDT y el multiplay saldrá el nuevo mapa de la audiovisual latinoamericano.

Fuente: diario Milenio

TELEVISIÓN DIGITAL EN AMÉRICA

►La TDT (Televisión Digital Terrestre) es la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y el sonido asociado a través de señales digitales (código binario) mediante una red de estaciones repetidoras terrestres.



ISDB-T (origen nipo-brasileño)	
● Argentina	2009
● Bolivia	2010
● Brasil	2006
● Costa Rica	2009
● Chile	2009
● Ecuador	2010

ATSC (origen estadounidense)	
● México	2004
● Rep. Dominicana	2010
● El Salvador	2010
● Honduras	2010
● EU	1996
● Canadá	1997
● Puerto Rico	

DVB-T (origen europeo)	
● Colombia	2008
● Panamá	2009
● Trinidad y Tobago	

Población por estándar TDT	
Censos de 2010	
ATSC	482,069,196
ISDB-T	370,876,343
DVB-T	50,755,140

Ventajas: Mayor calidad de audio y vídeo

Recepción de señales de tv en dispositivos móviles

Noticias relevantes

Argentina: Un millón de decodificadores entregados; se ofertan 10 mil celulares con televisión abierta.

Bolivia: En mayo de 2012 se inician transmisiones digitales Bolivia TV.

Brasil: 448 ciudades cubiertas en septiembre de 2012.

Colombia: 40 por ciento de cobertura de TDT.

Costa Rica: En 2010 adopta el estándar ISDB-T.

Chile: Se discute en el Congreso la ley de TDT.

Ecuador: En octubre de 2012 se publica el Plan Maestro de Televisión Digital.

Guatemala: El primero de junio de 2013 se adopta el estándar ISDB-T.

México: Se entregan más de 192 mil decodificadores y se suspende apagón analógico en Tijuana.

Panamá: En 2009 se publica Ley de TDT.

Perú: En 2010 se aprueba el Plan Maestro para TDT.

Rep. Dominicana: En 2010 adopta el estándar ATSC.

Venezuela: En 2012 adquiere 13 estaciones digitales terrestres y 300 mil decodificadores.

Uruguay: En 2012 se emite decreto para regularizar la TDT.

Fuente: Mediatecom Policy & Law | Gráfico: Luis M. Morales Campero



**Las protestas llegaron para quedarse:
Cambio social y movilización
ciudadana en América Latina**

d+i LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUCCIÓN
2. CARACTERÍSTICAS COMUNES DE LOS MOVIMIENTOS DE PROTESTA
3. CONCLUSIONES

1. INTRODUCCIÓN

En 2006 y en 2011 Chile saltó a las primeras páginas de los periódicos del mundo a causa de las protestas estudiantiles que pusieron en serios aprietos tanto a gobiernos de centroizquierda, como el que encabezaba Michelle Bachelet (2006-2010), como a ejecutivos de centroderecha, como el de Sebastián Piñera (2010-2014).

En 2012 los cacerolazos poblaron las calles de Buenos Aires y en 2013 le tocó el turno al Brasil de Dilma Rousseff. En plena celebración de la Copa Confederaciones de fútbol, antesala del Mundial de 2014, el país se vio envuelto en una oleada de protestas en las principales ciudades del país. Y cuando aún estaba en la retina de todo lo ocurrido en São Paulo, Río de Janeiro o Brasilia, las calles de Lima también se llenaron de manifestantes que protestaban contra el gobierno de Ollanta Humala.

La pregunta que surge ante estos sucesos es si América Latina está entrando en una época marcada por la efervescencia de los movimientos de protesta urbanos y de reivindicación social. En otros países como Uruguay o Costa Rica se ha vivido ya el germen de fenómenos similares y en México y Colombia existe la presunción de que más pronto que tarde se producirán dinámicas parecidas.

Lo cierto es que estas protestas sociales ocurridas en Chile, Brasil o Perú reúnen una serie de características muy especiales e inéditas en la región. Se dan en un triple contexto de:

- Crecimiento económico (y no de crisis como en otros momentos de la historia de estos países o en la actual coyuntura en Europa),
- De cambio social (emergencia de unas heterogéneas clases medias urbanas) y
- Se producen en una coyuntura de clara insatisfacción por el ineficiente funcionamiento del Estado, de las administraciones públicas y de deslegitimación de los partidos y de la clase política.

En este informe se va a caracterizar a estos movimientos de protesta, se estudiará su dinámica local en cada país y se llevará a cabo una labor de prospectiva: hacia dónde van y cuál puede ser su incidencia en el corto plazo.

“Históricamente, estas oleadas de protestas se producían en momentos de crisis y tensiones políticas y socioeconómicas acumuladas”

2. CARACTERÍSTICAS COMUNES DE LOS MOVIMIENTOS DE PROTESTA

Los protagonistas de estos movimientos que se han extendido por América Latina son las nuevas clases emergentes, en especial clases medias urbanas y estratos más jóvenes de la población. No existe, al menos a simple vista, un claro liderazgo y se trata de movimientos pragmáticos (buscan mejoras concretas y no utopías políticas) aunque exista presencia de grupos de claro corte radical o de ultraizquierda (como el Partido Comunista en las movilizaciones estudiantiles de Chile). Asimismo, y como no podía ser menos, las nuevas redes sociales (Facebook o Twitter) cumplen un papel determinante en su nacimiento y desarrollo y seguramente en su mantenimiento en el tiempo.

Todos estos movimientos reúnen, por lo tanto, tres características generales comunes que se resumen en que la dinámica económica de la región desde 2003 produjo un cambio social que ha tenido serias y directas repercusiones políticas:

Se dan en coyunturas de estabilidad económica

La primera característica de todos estos movimientos supone una novedad en la historia, un fenómeno inédito. Tienen lugar en una coyuntura de estabilidad económica y hasta de relativa bonanza con crecimiento económico por encima del 4%.

Este mismo crecimiento continuado y constante del PIB en la región explica muchos de los cambios sociales que se han producido (reducción de la pobreza y la desigualdad y aumento significativo de las clases medias) y que guardan relación con las actuales movilizaciones.

Históricamente, estas oleadas de protestas se producían en momentos de crisis y tensiones políticas y socioeconómicas acumuladas. Así, por ejemplo, las más cercanas en el tiempo son las que tuvieron lugar entre finales de los 90 y comienzos de la siguiente década y que se llevaron por delante, entre otros, a gobiernos como el de Raúl Cubas (1999) en Paraguay, Fernando de la Rúa (2001) en Argentina, Gonzalo Sánchez de Lozada (2003) en Bolivia o Lucio Gutiérrez (2005) en Ecuador. Todos estos gobiernos colapsaron tras masivas protestas ciudadanas (los llamados entonces

CRECIMIENTO DE LA ECONOMÍA EN AMÉRICA LATINA

País	2010	2011	2012	2013*
Argentina	9,2	8,9	1,9	3,5
Bolivia	4,1	5,2	5,2	5,5
Brasil	6,9	2,7	0,9	2,5
Chile	5,8	5,9	5,6	4,6
Colombia	4,0	6,6	4,0	4,0
Costa Rica	5,0	4,4	5,1	3,0
Cuba	2,4	2,8	3,0	3,0
Ecuador	2,8	7,4	5,0	3,8
El Salvador	1,4	2,0	1,6	2,0
Guatemala	2,9	4,2	3,0	3,0
Haití	-5,4	5,6	2,8	3,5
Honduras	3,7	3,7	3,3	3,0
México	5,3	3,9	3,9	2,8
Nicaragua	3,6	5,4	5,2	5,0
Panamá	7,5	10,8	10,7	7,5
Paraguay	13,1	4,3	-1,2	12,5
Perú	8,8	6,9	6,3	5,9
República Dominicana	7,8	4,5	3,9	3,0
Uruguay	8,9	6,5	3,9	3,8
Venezuela	-1,5	4,2	5,6	1,0
Subtotal de América Latina	5,7	4,4	3,0	3,0

“La raíz para entender el actual malestar social no parte de la economía (como ocurriera en los 80 o entre 1997 y 2003), sino que se trata más de un asunto político y social”

“golpes de calle” —grandes movilizaciones de protestas que provocaron la caída de esos gobiernos— y tuvieron lugar en ese quinquenio negativo en lo económico que fue la Media Década Perdida entre 1997 y 2002 (en el que podrían mencionarse las caídas de los gobiernos en Ecuador de Abdalá Bucaram en 1997 y Jamil Mahuad en el año 2000).

En la actualidad, sin embargo, los países latinoamericanos exhiben cifras de crecimiento económico no solo elevadas sino consolidadas desde 2003, con la sola excepción de 2009, habiendo la región superado la crisis mundial sin mayores dificultades.

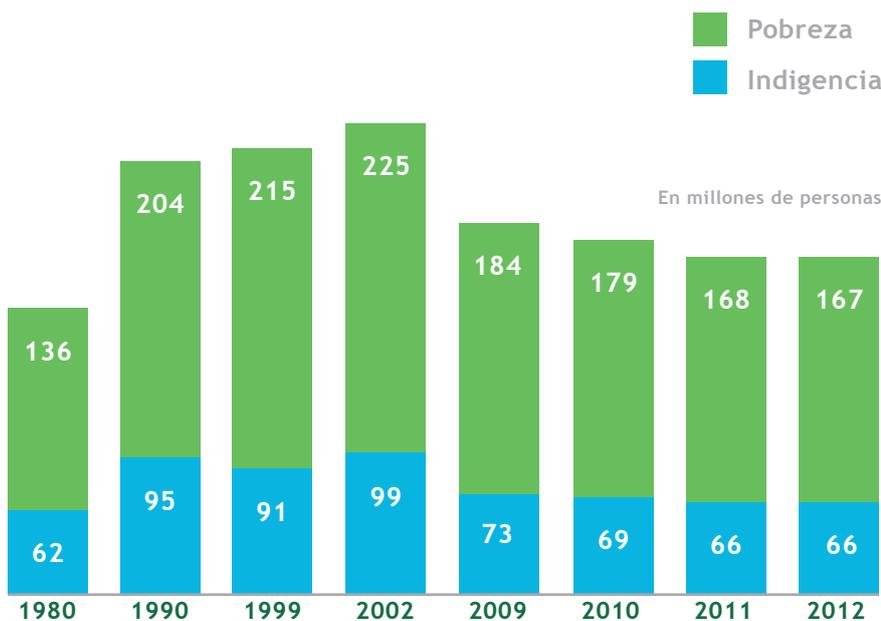
Así pues, la raíz para entender el actual malestar social no parte de la economía (como ocurriera en los 80 o entre 1997 y 2003), sino que se trata más de un asunto político y social, aunque los efectos del crecimiento económico hayan sido una variable muy importante para desencadenar ese tipo de transformaciones.

Protagonizadas por clases medias emergentes

Se trata, como se ha podido ver hasta ahora, de movilizaciones protagonizadas fundamentalmente por las clases medias urbanas emergentes y las ya consolidadas en América Latina.

LA POBREZA EN AMÉRICA LATINA

La pobreza sigue a la baja en la región pero aún afecta a 167 millones de personas



Fuente Cepal y AFP

Estos once años de crecimiento elevado y continuo en la región, acompañado de políticas sociales, en especial las transferencias condicionadas, han tenido como resultado una importante disminución de la pobreza (de 225 a 167 millones de personas entre 2002 y 2012) y de la indigencia (de 99 a 66 millones).

Según datos del Banco Mundial, “el Producto Interno Bruto (PIB) per cápita del continente aumentó a un ritmo promedio del 2,2% anual entre 2000 y 2010. En seis países (entre los que se encuentran Argentina, la República Dominicana, Panamá y Perú), las tasas de crecimiento anuales por encima del 3% per cápita se sucedieron durante este periodo... la combinación del crecimiento económico sostenido (pese a que distó de ser espectacular) y la disminución de la desigualdad dieron como resultado una caída considerable en las cifras

“El Banco Mundial hace un retrato robot de las clases medias latinoamericanas como ‘urbana, con mejores niveles educativos, en su mayoría empleados del sector privado y con creencias y opiniones que, en términos generales, coinciden con las de sus compatriotas más pobres y menos educados’”

de pobreza absoluta. La incidencia de la pobreza moderada en América Latina disminuyó del 44,4% en 2000 al 28% en 2010, a pesar de la crisis financiera global en los dos últimos años de la década (Banco Mundial, 2011)... Esta disminución de la pobreza implica que había 50 millones menos de latinoamericanos que vivían en la pobreza en 2010 en comparación con 10 años antes. Si se compara con 2003, la disminución en cifras absolutas es aún mayor: 75 millones”.

75 millones de personas que han salido de la pobreza para engrosar los diferentes estratos de unas clases medias (heterogéneas y muy diversificadas), que han crecido y aumentado en estos mismos años.

Como señala el Banco Mundial “tras décadas de estancamiento, la población de clase media en América Latina y el Caribe ha aumentado en un 50% de 103 millones de personas en 2003 a 152 millones (o un 30% de la población del continente) en 2009. Durante este periodo, a medida que los ingresos de los hogares crecían y la desigualdad tendía a disminuir en la mayoría de los países, el porcentaje de la población pobre disminuyó notablemente, del 44% al 30%. En consecuencia, actualmente los porcentajes de la población de clase media y de pobres en América Latina están igualados. Esta situación contrasta con la que prevaleció (durante un largo periodo) hasta hace casi 10 años, cuando el porcentaje de pobres equivalía aproximadamente a 2,5 veces el de la clase media”.

Los estudiantes de Chile que protestaban masivamente en 2011, los cacerolazos en Buenos Aires en 2012 y las protestas contra el aumento del transporte público en Brasil en 2013, tienen diferencias notables y también estrechos paralelismos. En todas, esa heterogénea clase media urbana que estamos describiendo está muy presente. El ejemplo brasileño es significativo en este sentido pues en torno a treinta y cinco millones de brasileños han salido de la pobreza desde 2003. Mientras que en la década de 1990 hasta un 25 % de la población brasileña vivía en la pobreza extrema, ese número se redujo a un 2,2 % en 2009.

Pero, ¿qué se entiende por clase media?

A la hora de saber qué se entiende por clase media no existe unanimidad en el mundo académico pues las definiciones desde la sociología (un estilo de vida), la psicología y la economía (unos ingresos determinados que abarcan una horquilla de entre los 10 y los 50 dólares al día per cápita) no siempre son coincidentes. El Banco Mundial hace un retrato robot de las clases medias latinoamericanas como “urbana, con mejores niveles educativos, en su mayoría empleados del sector privado y con creencias y opiniones que, en términos generales, coinciden con las de sus compatriotas más pobres y menos educados”.

Este segmento de población es ahora el protagonista de la economía regional por su capacidad de consumo y para muchos expertos, su irrupción es el mayor cambio social en la historia de la región

“El Banco Mundial alerta sobre el creciente malestar de las clases medias debido a que ‘cada vez más, se pide a las clases medias que paguen por servicios que se proporciona a otros gratuitamente’”

desde las migraciones campocidadad de los años 50 y 60. Pero se trata de una clase media muy heterogénea como se ve en el siguiente cuadro. Incluye a sectores a medio camino entre la pobreza y la clase media (los que tienen ingresos entre 4 y 10 dólares al día) y dentro de la propia clase media la horquilla es muy amplia entre ingresos bajos (10 dólares al día) y muy altos, casi rozando la parte baja de la élite (50 dólares al día).

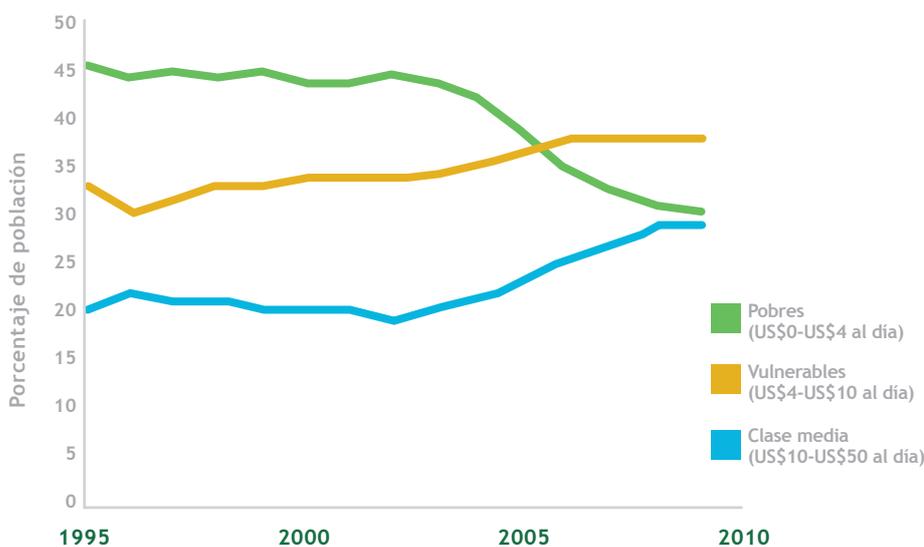
Esta irrupción e incremento de las clases medias contribuye a que se conformen sociedades más modernas pero también más complejas. Es algo sobre lo cual el Secretario General de la SE-GIB, Enrique Iglesias, lleva tiempo alertando: “Vamos a tener una nueva sociedad de clases medias. Ya lo estamos viendo. Sociedades de clases medias que son difíciles de gobernar. Tienen rasgos que

obligan un cambio de hacer política; son sociedades medias que demandan nuevos servicios, que demandan nuevas formas de participación, que demandan buena calidad de servicios; es, sino, el caso de la educación”.

Esa complejidad que señala Iglesias se debe a que las clases medias se sienten al margen de un sistema que no les tiene en cuenta ni da solución a sus reclamaciones más urgentes. Y como señala el informe del Banco Mundial, los gobiernos están incurriendo en un doble déficit con respecto a las demandas de las clases medias:

No incorporan “*el objetivo de igualdad de oportunidades más explícitamente en las políticas públicas*”. Esto es fundamental para asegurar que las clases medias sientan que viven en una sociedad donde esforzarse merece la pena y los méritos son recompensados en lugar de una sociedad que tiende a favorecer a los grupos privilegiados”.

TENDENCIAS EN LAS CLASES MEDIAS, VULNERABILIDAD Y POBREZA EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, 1995-2009



Fuente: Banco Mundial

El Banco Mundial alerta sobre el creciente malestar de las clases medias debido a que “cada vez más, se pide a las clases medias que paguen por servicios que se proporciona a otros gratuitamente. Puede que un sistema de protección social dual basado en ayudas selectivas a los pobres y en seguros (subvencionados) para las clases medias también esté mal adaptado para una gran población vulnerable que no es ni pobre ni clase media y cuya vulnerabilidad aumentará si el entorno externo se vuelve menos favorable que en el pasado”.

“La gran paradoja de estos movimientos de protesta reside, por lo tanto, en que se dan en países exitosos económicamente y cuyas sociedades se han modernizado”

El Banco Mundial también revela cómo las políticas públicas no han sido capaces hasta el momento de acabar con *“el círculo vicioso de los impuestos bajos y la mala calidad de los servicios públicos que lleva a las clases medias y altas a optar por desvincularse”*.

Crecimiento de la insatisfacción ciudadana política

La gran paradoja de estos movimientos de protesta reside, por lo tanto, en que se dan en países exitosos económicamente y cuyas sociedades se han modernizado (se han ampliado las clases medias y se ha reducido la pobreza y hasta la desigualdad).

“La prosperidad —dice el analista y escritor Moisés Naím— no compra estabilidad. La principal sorpresa de estas protestas callejeras es que ocurren en países económicamente exitosos... Brasil no solo ha sacado a millones de personas de la pobreza, sino que incluso ha logrado la hazaña de disminuir su desigualdad. Todos ellos tienen hoy una clase media más numerosa que nunca”.

Esos cambios económicos y sociales no están siendo canalizados por el sistema político que no ha sido capaz de adaptarse a las nuevas circunstancias, pues actúa con las mismas formas y maneras que adoptó en los años 80, cuando la democracia regresó a la región. Un Estado que se encuentra cada vez más alejado de esas clases medias. El Banco Mundial concluye que “las clases medias no se prestarán ni contribuirán a un contrato social mejorado si

los bienes que tienen en tan alta estima (como la protección de los derechos civiles, la educación, la policía y los servicios de salud) son suministrados deficientemente por el Estado y si no perciben que los ricos contribuyen de manera justa al contrato social”.

Esto explica las grandes muestras de descontento que han tenido lugar en Chile, Brasil o Perú, pues todos estos sectores sociales emergentes han trasladado a la calle su malestar al no poder canalizarlo a través del sistema político. El escritor Moisés Naím ha destacado los paralelismos entre todos estos movimientos y la raíz política que les une: empiezan con pequeños incidentes que van a más, los gobiernos reaccionan inadecuadamente (entre la represión, la descalificación o, simplemente, ignorando estas protestas) lo cual termina alimentando aún más el malestar de unos sectores sociales que no cuentan con líderes claros.

Por lo tanto, el sistema político no se está mostrando a la altura del reto que suponen las exigencias de esas clases medias que encarnan, en sí mismas, un cambio social pero también político, como subraya el secretario general de la SEGIB, Enrique Iglesias: “Una clase media que está dominando al mundo, prácticamente. Las cifras son variadas, pero se habla muy rápidamente de que el 50% de los países de América Latina son de clase media. Eso es un fenómeno importante que hay que administrarlo políticamente, y administrarlo políticamente implica una futura forma de hacer política”.

“En realidad, a lo que se enfrentan estos gobiernos es a una revolución de expectativas que hasta ahora no han sabido canalizar ni articular”

Los sistemas políticos han resultado no ser eficientes (no dan solución ni respuestas a las demandas sociales de mejores servicios públicos), ni concitan el apoyo ciudadano. Varias son las razones:

- **Un Estado ineficiente ante una revolución de expectativas**

En realidad, a lo que se enfrentan estos gobiernos es a una revolución de expectativas que hasta ahora no han sabido canalizar ni articular: los sectores emergentes han pasado a una nueva etapa y quieren y demandan sobre todo más y mejores servicios públicos.

En palabras de Moisés Naim: “En las sociedades que experimentan transformaciones rápidas, la demanda de servicios públicos crece a mayor velocidad que la capacidad de los Gobiernos para satisfacerla. Esta es la brecha que saca a la gente a la calle a protestar contra el Gobierno. Y que alienta otras muy justificadas protestas: el costo prohibitivo de la educación superior en Chile... o la impunidad de los corruptos en Brasil”.

La traducción de esta revolución de expectativas no canalizadas y el consiguiente malestar ha sido una caída significativa en los índices de apoyo a determinados mandatarios e incluso en derrotas electorales al no ser capaces de dar una respuesta política a unas demandas sociales.

Valgan algunos ejemplos ilustrativos:

- » Sebastián Piñera en Chile arrastró a lo largo de todo su mandato cifras de aceptación popular muy bajas: fue electo en la segunda vuelta con el 51,6% pero en estos años de fuertes protestas estudiantiles la aprobación, según la encuesta Adimark, llegó a estar hasta por debajo del 30%, si bien en este último periodo ha subido hasta el 37/39%.
- » En Argentina, Cristina Kirchner, reelecta en 2011 en primera vuelta con el 54,1%, vio cómo en las internas su fuerza política era derrotada en los principales distritos y se quedaba con el 25% de los votos, a 30 de los obtenidos hace tres años, antes de que se desatara la oleada de cacerolazos de 2012.
- » Dilma Rousseff, que poseía una aprobación del 58% en marzo de 2013, vio cómo la aceptación hacia su figura caía en 20 puntos en junio —tras la oleada de protestas coincidentes con la Copa Confederaciones— hasta quedar en el 30%, según una encuesta de Datafolha del mes de julio de 2013.
- » El peruano Ollanta Humala ha afrontado las protestas en Lima justo

“Esas clases medias, desorganizadas políticamente la mayoría de las ocasiones, tienen una importante incidencia política pues sus exigencias tensionan a unos Estados que no suelen estar preparados para darles respuestas de forma rápida”

cuando su popularidad disminuía tal y como se veía en una encuesta de Ipsos, cayendo desde el 54% en febrero hasta el 33% en julio de 2013.

¿Qué piden esas clases medias a la clase política? Pues mejores servicios públicos y un sistema político menos corrupto y menos clientelar. Contar con mejores servicios públicos (educación, sanidad, transporte y seguridad ciudadana) se traduce en mejora de la capacidad adquisitiva pues no es necesario desviar tantos recursos para tener un seguro médico privado, educación privada o hacer desembolsos en seguridad privada.

Siguiendo las reflexiones de Michael Shifter, Presidente de Inter-American Dialogue, todo ese malestar “es un producto del progreso económico y social y la expansión de la clase media en países como Brasil, México, Chile y Colombia. Muchos de los jóvenes de las clases medias en Latinoamérica (estudiantes en Chile y Brasil, profesores en Uruguay) están desilusionados con la política tradicional, ya sea de derecha o de izquierda... exigen que los gobiernos, que ahora tienen más recursos, presenten servicios de mayor calidad y, además, están cansados de la corrupción y las prioridades equivocadas del gasto”.

Esa insatisfacción por los deficientes servicios públicos, y a veces —como en Brasil— con

la fuerte presión fiscal explica una parte importante de lo que ha estado ocurriendo en América Latina. Efectivamente, esas clases medias, desorganizadas políticamente la mayoría de las ocasiones, tienen una importante incidencia política pues sus exigencias tensionan a unos Estados que no suelen estar preparados para darles respuestas de forma rápida.

Como señala Ludolfo Paramio, profesor del CSIC, “el carácter aspiracional propio de las clases medias, viejas y nuevas, conduce a una ampliación de sus demandas hacia el Estado. Las clases medias consolidadas pueden seguir recurriendo a la enseñanza o la sanidad privadas, pero las nuevas clases medias necesitan mejores y más asequibles sistemas públicos para poder asentar su estatus. Por otro lado, las clases medias perdedoras en la globalización también se verían beneficiadas por una mejora general de los sistemas públicos”.

Esta reflexión coincide con los datos que arroja el Barómetro de las Américas, el cual señala, por ejemplo, que “en la última década, los brasileños aparecen entre los ciudadanos más insatisfechos de América Latina con respecto a los servicios sociales prestados por el gobierno. Gran parte de esta situación se debe probablemente a los altos impuestos que pagan los brasileños (alrededor del 36% del PIB), y a la

“El sistema pierde legitimidad ante la ciudadanía que ve cómo el Estado no es capaz de brindarle seguridad física, jurídica ni servicios públicos adecuados”

percepción de que los ciudadanos están pagando niveles de impuestos de países ricos a cambio de servicios equivalentes a los de los países pobres”.

Entre los diez países más insatisfechos se encuentran, además de Brasil (el tercero), Chile (el cuarto) y Perú (el sexto), dos naciones que han padecido ese tipo de protestas sociales. En el caso de las protestas en Chile en 2006 y en 2011-12, estas estuvieron centradas en la educación y sobre todo en cómo reconstruir el sistema universitario y financiar la educación superior. En palabras de Micheal Read, editor de *The Economist* especializado en América Latina: “En todos los casos son expresiones de descontento de ciudadanos menos pobres, menos preocupados, por lo menos ahora, en este momento, sobre la situación económica y mucho más exigentes en cuanto a lo que quieren del Estado y del sistema político. Aunque las demandas puntuales son diferentes, tienen eso en común”.

- **Pérdida de legitimidad del sistema**

Una revolución de las expectativas no respondidas adecuadamente tiene una traducción política directa: el sistema pierde legitimidad ante la ciudadanía que ve cómo el Estado no es capaz de brindarle seguridad física, jurídica ni servicios públicos adecuados y a veces como en el caso de Venezue-

la y Argentina, ni siquiera de controlar la inflación. Como señala también el Barómetro de las Américas, “en el 2012, alrededor del 65% de los brasileños percibían que el sistema político era corrupto... y (Brasil) ocupó el vigésimo segundo puesto entre los 26 países en las Américas en el 2012 en materia de apoyo a las instituciones políticas nacionales”.

Esas dos dinámicas, insatisfacción por las políticas públicas de los gobiernos y poco apego a las instituciones, se encuentran presentes en las protestas que han tenido lugar en estos últimos años en la región. Chile dio el pistoletazo de salida de las protestas con la “revolución pingüina” en 2006-07, el malestar por el mal funcionamiento del Transantiago después y en esta década por las protestas universitarias en 2011 que tantos quebraderos de cabeza dieron a Sebastián Piñera.

Había detrás de todo una “revolución de expectativas” no cumplidas por el Estado ante unas emergentes clases medias. “Parte de este problema es causado por el éxito de la Concertación: en 20 años logró ampliar mucho el acceso a la educación. La secundaria se hizo universal y creció la universitaria. Pero con un sistema de créditos con tasas de 10% anual, el problema explotó, y lo hizo ahora porque los estudiantes están terminando de cursar su universidad... En

“Chile es un país atrapado. Atrapado por un malestar que no cesa, por una desconfianza profunda hacia los políticos y las instituciones, por una suerte de melancolía persistente”

Sebastián Edwards

1990, uno de cada cinco chilenos en edad universitaria accedía a ese nivel de educación; hoy es uno de cada dos”, comenta Patricio Navia, profesor de la Universidad Diego Portales.

Este hecho, un éxito económico que no garantiza la tranquilidad ni la satisfacción social, no hace sino confirmar el cambio experimentado por Chile. Como reflexionaba el economista e intelectual Sebastián Edwards en el diario *La Tercera* “Chile es un país atrapado. Atrapado por un malestar que no cesa, por una desconfianza profunda hacia los políticos y las instituciones, por una suerte de melancolía persistente”. “La política anda mal”, dice el hombre de la calle. “Hay una crisis institucional”, repiten las mujeres en los supermercados. “El modelo neoliberal fracasó”, vocean los estudiantes en las marchas.

Y añade: “Las familias chilenas se enorgullecen de lo que cada una de ellas ha alcanzado durante el último cuarto de siglo: de su tránsito a la clase media, del título universitario de una de sus hijas, de las vacaciones soñadas, de la beca que ganó el sobrino. En el Chile actual conviven la satisfacción personal y el malestar social. Para muchos es un contrasentido, pero es así”.

Por su parte, en Argentina, en 2001 durante el famoso “que se vayan todos”, se vivió un primer capítulo de esa “re-

belión clasemediera”. Ahora, ha vuelto a reaparecer en los cacerolazos de 2012 y 2013 contra el gobierno de Cristina Kirchner.

La analista e historiadora Beatriz Sarlo coincidía en este diagnóstico cuando subrayaba que “los manifestantes, que provenían de ese vasto sector con muchas diferencias que son las capas medias (que comienzan, recordémoslo, con salarios de 5000 o 6000 pesos), no protestaban solamente porque no podían comprar dólares. Llevaban otras consignas y convertirlas a todas ellas en un pretexto que cubría las ganas de tener divisas a precio oficial implica despreciarlas por completo. Es la versión simétrica a la de quienes afirman que los asistentes a manifestaciones kirchneristas van “por el plan y por el choripán”.

En Brasil, las protestas de junio de 2013 no estuvieron protagonizadas por gente pobre y desarraigada provenientes de las favelas sino de una clase media que ahora reclama al Estado eficiencia y que lucha contra la corrupción.

Lejos quedan los tiempos del famoso “roba, pero hace” que en los años 50 elevó a figuras como Adhemar de Barros, alcalde y gobernador de São Paulo, donde se decía que “Adhemar rouba mas faz” (“Adhemar roba pero hace”). Para el periodista del diario *El País*, Juan

“Hay un purgatorio estrecho pero muy poblado entre esos dos estados, caracterizado por una vulnerabilidad considerable y un alto riesgo de volver a caer en la pobreza”

Arias, corresponsal en Brasil, “la nueva clase media exige ahora servicios públicos de primer mundo —educación, transportes, hospitales—”, además de “políticos con menor carga de corrupción y despilfarro”.

Como en Chile, en Brasil el éxito económico es irónicamente la fuente de los actuales problemas. Como explica Michael Read “lo interesante de las protestas recientes es que reflejan el éxito de los 15 últimos años, el éxito socioeconómico que ha dado empleo casi pleno en Brasil. Los salarios reales han estado subiendo, hasta este año, y hay mucha más gente con más dinero. Pero hay una desconexión entre el tamaño del Estado y la calidad de los servicios que éste presta. La carga tributaria en Brasil es de un 36% del PIB, proporción que es elevada para cualquier país de ese tamaño. Sin embargo, el nivel y la calidad de los servicios públicos son bastante malos. En educación, pero sobre todo en salud y en transporte. Si a eso se añade la conciencia creciente de que hay mucho dinero público, y de que un segmento importante de este dinero está siendo malgastado y se despilfarra, eso explica la rabia y da cuenta de las reformas que se necesitan”.

En resumen, en cada uno de estos países las dinámicas internas diferentes y las generales coincidentes se han

unido para propiciar estos estallidos. Mirando la situación de una forma más global hay que destacar que la razón última, como dice Carlos Malamud, investigador del Real Instituto Elcano, reside en que “en el resto de América Latina... una parte de esas clases medias no recibe los subsidios destinados a los más pobres y quiere una parte del pastel, tampoco está dispuesta a esperar el mañana venturoso para recibir lo que le corresponde. Por tanto, la pregunta de “qué hay de lo mío” recorre la región de arriba abajo y a lo largo y a lo ancho”.

Y efectivamente, eso es así porque las políticas públicas han llegado a los sectores pobres pero de forma decreciente a las clases medias vulnerables con ingresos “entre US\$4 y US\$10 por persona al día, cuya situación es demasiado acomodada para ser consideradas pobres, pero demasiado vulnerable para ser consideradas clase media. Desde luego, no es un grupo pequeño: comprende el 37,6% de la población del continente... salir de la pobreza —según lo definen la mayoría de los países y los organismos internacionales— no es suficiente para ingresar en las filas de la clase media aparentemente acomodada y económicamente segura. Hay un purgatorio estrecho pero muy poblado entre esos dos estados, caracterizado por una vulne-

“De cara al corto y medio plazo se puede concluir que las movilizaciones sociales de las heterogéneas clases medias latinoamericanas han llegado para quedarse”

rabilidad considerable y un alto riesgo de volver a caer en la pobreza. Como grupo, es probable que sean cruciales para el diseño de las políticas sociales del continente, para la dinámica política y el contrato social en términos amplios”.

3. CONCLUSIONES

De cara al corto y medio plazo se puede concluir que las movilizaciones sociales de las heterogéneas clases medias latinoamericanas han llegado para quedarse. Y eso, por dos motivos fundamentales:

- Primero porque, como se ha podido ver, las políticas públicas de los gobiernos de la región no están siendo capaces de responder a las nuevas demandas planteadas (mejores servicios públicos) por estos segmentos de población.
- Y en segundo lugar porque la región se encamina hacia una coyuntura económica menos propicia de desaceleración, ralentización y hasta de crisis en algunos casos. Esta coyuntura desfavorable, o al menos no tan favorable, es admitida ya por los propios gobiernos. Caso emblemático es el de Perú donde el ministro de Economía, Luis Miguel Castilla, confesó que “El Perú tiene fortalezas, pero tiene que hacer con urgencia tareas internas para transitar en un entorno que es menos favorable”.

Como apunta el Banco Mundial “Durante la mayor parte de los años 2000, la mejora en el marco de las políticas en América Latina permitió a muchos países aprovechar un entorno externo benigno para iniciar una impresionante transición hacia una sociedad de clase media. Esto ha creado grandes expectativas que corren el riesgo de convertirse en frustración si esta transición se detiene. Sin embargo, la región no puede contar con que el entorno externo seguirá siendo tan favorable como en el pasado reciente para alcanzar más beneficios sociales y económicos. Por lo tanto, se requerirá un esfuerzo mucho mayor en el diseño de las políticas para consolidar y profundizar el proceso de la movilidad ascendente y hacerlo más resistente a las potenciales perturbaciones adversas. Al final, la responsabilidad recaerá fundamentalmente sobre los hombros de los dirigentes políticos y las instituciones democráticas de la región, que se enfrentan al desafío de replantear su contrato social”.

Con un mundo con un bajo crecimiento económico (la UE en recesión, EEUU en débil crecimiento y China con una bajada de unos dos puntos en su PIB), las exportaciones bajarán y, por lo tanto, los ingresos del Estado también, lo cual recortará el margen de maniobra de las políticas públicas y la posibilidad de extenderlas a las clases medias. Unas clases medias que van a crecer más lentamente en esta década y que van a ser aún más vulnerables debido a los menores índices de crecimiento.

“Los sectores moderados de clase media, columna vertebral de las movilizaciones, han pasado a un segundo plano ante el avance y monopolio de los grupos más radicales y violentos”

Tres características más van a tener estos movimientos de protestas en los próximos tiempos: van a extenderse geográficamente y van a tener un claro carácter discontinuo.

- No solo van a persistir las movilizaciones sino que todo indica que se van a extender a otros países como México, Colombia y Venezuela.

“Es un producto del progreso económico y social y la expansión de la clase media en países como Brasil, México, Chile y Colombia”, dice Michael Shifter, presidente de Diálogo Interamericano, quien añade que “el descontento en Brasil que sorpresivamente ha llegado a la superficie refleja una tendencia en toda la región”.

- Asimismo, son movimientos caracterizados por ascensos y descensos cíclicos. Muy marcados y activos en épocas concretas, simbólicas y puntuales (Copa Confederaciones, visita del Papa o Mundial de fútbol) seguidas de épocas valle donde los grupos radicales quizá se apropien del movimiento, algo que ya está teniendo lugar en Brasil. Los sectores moderados de clase media, columna vertebral de las movilizaciones, han pasado a un segundo plano ante el avance y monopolio de los grupos más radicales y violentos. Como señalara Moisés Naím: “Seguramente, en estos países las protestas

van a amainar. Pero eso no quiere decir que sus causas vayan a desaparecer”.

- En cuanto a si lograrán institucionalizarse estos movimientos con el nacimiento de partidos o fuerzas que encarnen su mensaje y propósitos, todo indica que, al menos a corto plazo, los viejos partidos o coaliciones (como la chilena Nueva Mayoría —heredera de la Concertación— liderada por Michelle Bachelet), políticos alejados de los gobiernos en decadencia (como Sergio Massa en Argentina) o ya conocidos referentes opositores, como Marina Silva en Brasil, van a ser capaces de encauzar el descontento. A corto plazo la posibilidad de que surja un remedo del Movimiento Cinco Estrellas italiano, de corte antisistémico, no parece viable.

Eso empieza a percibirse, por ejemplo, en Argentina donde el voto de clase media y clase media emergente se canaliza a través del voto útil hacia candidaturas como las de Sergio Massa (un intendente exministro del kirchnerismo, peronista ahora opositor a Cristina Kirchner).

Los resultados en las internas celebradas el pasado 11 de agosto de 2013 es justo lo que indican. En un informe del diario La Nación se muestra como “el kirchnerismo perdió votos en todos los centros urbanos del país, en donde la merma en comparación con las elecciones de 2011 fue del 24% en promedio. Este dato,

“La clase media perdió la confianza en la capacidad del Gobierno de sostener los niveles actuales de gasto y bienestar, que, sin políticas de largo plazo, eran sostenibles sólo en el relato oficial”

Levy Yeyati

central para comprender la amplia derrota del Gobierno, demuestra especialmente el viraje de la clase media. Según los analistas, la mala performance del kirchnerismo en los centros urbanos revela la incidencia que tuvieron la inflación, la inseguridad y la corrupción. El mapa incluye grandes ciudades en las que un revés del FPV se daba por descontado, —Mendoza, Córdoba, Rosario y Santa Fe—, pero también capitales provinciales que registraron derrotas inesperadas como Catamarca, La Pampa, San Juan y Corrientes”.

Como señala la socióloga Lilianna de Riz “en la calle explotaron furias combinadas que no fueron escuchadas y terminaron haciéndose sentir en el voto”. “La clase media perdió la confianza en la capacidad del Gobierno de sostener los niveles actuales de gasto y bienestar, que, sin políticas de largo plazo, eran sostenibles sólo en el relato oficial”, asegura el académico Levy Yeyati.

De igual forma, en Chile, el voto del descontento se canalizó en las presidenciales de 2013, de forma mayoritaria, hacia la antigua Concertación, ahora Nueva Mayoría, liderada por Michelle Bachelet, actual presidenta de la República, mientras que el voto protesta menos apegado a las tendencias tradicionales fue minoritario y estuvo encarnado en dos candidatos independientes como Franco Parisi y Marco Enriquez-Ominami.

Lo mismo cabe suponer que ocurrirá en Brasil donde el PT con

Dilma Rousseff y el PSDB con Aécio Neves marcarán el devenir electoral en las presidenciales de 2014. En caso de haber novedades estas vendrían de un incremento en el respaldo hacia Marina Silva, quien fue candidata verde en Rede sustentabilidad, y que hoy ostenta la candidatura socialista a la presidencia de Brasil tras la muerte de Eduardo Campos

El escenario puede ser semejante en otros puntos de la región: en México las movilizaciones van a ser con seguridad muy numerosas pero dentro de un contexto muy determinado, el de las movilizaciones de la izquierda (la liderada por la izquierda radical de Andrés Manuel López Obrador y la más moderada del PRD) contra la reforma energética que promueve el presidente Enrique Peña Nieto y que busca la llegada de capital privado a Pemex.

En Venezuela las protestas ciudadanas contra la inflación, el desabastecimiento y la inseguridad (fenómenos que golpean especialmente a los sectores populares y a las clases medias) estarán inevitablemente mezcladas con un contexto político de alta polarización (chavismo vs antichavismo) y la emergencia de una oposición unificada y más fuerte en torno a Henrique Capriles mientras el régimen afronta una difícil transición entre el liderazgo carismático de Hugo Chávez y un perfil mucho más bajo de Nicolás Maduro.

En Colombia, el pasado proceso eleccionario, las negociaciones



“Está naciendo una nueva América Latina en lo social y las movilizaciones muestran esos dolores de parto de una sociedad más moderna, heterogénea y compleja, autónoma y con capacidad de crítica”

de La Habana con la guerrilla de las FARC y la crisis por la que atraviesan los diferentes movimientos y partidos de la izquierda han mantenido contenido el proceso de movilizaciones que a día de hoy está más relacionado con problemas gremiales (mineros ilegales, caficultores y camioneros) que con las demandas de las nuevas clases medias.

En otros países (Ecuador y Bolivia, entre ellos), la posibilidad de que estos movimientos se estructuren en el corto plazo resulta difícil. El liderazgo carismático de Rafael Correa y de Evo Morales y la ausencia de fuerzas de oposición política y sindical de alcance nacional lo impide. Solo en el

caso ecuatoriano la decisión del gobierno de explotar el petróleo de la zona Yasuní ITT puede propiciar la existencia de un referente movilizador para jóvenes, ecologistas e indígenas para oponerse a la idea extractivista del ejecutivo de Rafael Correa.

Está naciendo una nueva América Latina en lo social y las movilizaciones muestran esos dolores de parto de una sociedad más moderna, heterogénea y compleja, autónoma y con capacidad de crítica. El reto del Estado y del sistema político será dar respuesta y canalizar esas demandas apostando a seguir ampliando la cobertura y mejorando la calidad de los servicios públicos.



Panorama de la prensa latinoamericana

El boom antes de afrontar
el desafío de Internet

d+i LLORENTE & CUENCA



1. INTRODUCCIÓN
2. ¿QUÉ SE LEE EN AMÉRICA LATINA?
3. AUMENTO DE LOS LECTORES
4. CONSOLIDACIÓN DE LOS GRUPOS EDITORIALES
5. PANORAMA DE FUTURO: PÉRDIDA DE LECTORES Y DESAFÍO DIGITAL

1. INTRODUCCIÓN

La prensa latinoamericana vive un momento dulce —aumento de lectores en la mayoría de los países, publicidad y tirada— que contrasta con la crisis que se vive en otras partes del mundo, en especial en Europa y en EEUU.

Se trata de medios más adaptados a los sectores sociales emergentes —las clases medias populares— en cuanto a contenidos y precios, y periódicos focalizados en los intereses de los sectores sociales más elevados y en las clases medias profesionales.

Es una coyuntura de bonanza general en toda la región, aunque ya se perfilan los retos que se presentarán en un futuro cercano, que ya es presente en otros países, como Argentina: la caída en lectores, en ventas y en publicidad debido al trasvase de esos lectores de la prensa de papel a la prensa digital de Internet.

En este informe se van a analizar los siguientes puntos:

- El estado de la prensa periódica de papel en América Latina, en referencia a número de lectores, características, tendencias y grado de concentración empresarial.
- Los retos a corto plazo que afrontan los medios escritos ante el avance de Internet.

En las siguientes páginas se va a tratar de dilucidar en primer lugar qué se lee en América Latina, por qué existe en la mayoría de los países un aumento de los lectores de prensa de papel, cómo es la estructura empresarial de los medios en la región, para acabar con cuál es el panorama de futuro de la prensa de papel en Latinoamérica.

“La Prensa Popular es, junto con la gratuita, la causante del actual boom de lectores”

2. ¿QUÉ SE LEE EN AMÉRICA LATINA?

La prensa escrita en América Latina se caracteriza por su heterogeneidad y por estar dirigida a públicos muy diferentes y diversos en cuanto a formación cultural y nivel social lo cual provoca, a su vez, diversidad de contenidos y formas de presentarlos.

Se pueden diferenciar hasta 5 tipos de diarios en la región: la prensa tradicional, la popular, la regional, la especializada y la gratuita.

- **La Prensa Tradicional** es lo que se conoce como “la prensa seria” y reúne a los grandes periódicos históricos, de referencia, como La Nación y Clarín en Argentina, El Mercurio en Chile, El Comercio en Perú, O Estado en Brasil o El Tiempo en Colombia, y algunos nacidos en el último medio siglo como Reforma en México, Prensa Libre en Guatemala o La Tercera en Chile.
- **La Prensa Popular** es, junto con la gratuita, la causante del actual boom de lectores y está presente en toda la región desde México y Guatemala a Argentina y Chile pasando por Perú y Brasil.

Son más baratos, informan de lo cercano y lo cotidiano, de aquello que más afecta a la clase media emergente y baja: los servicios públicos, la sanidad, la seguridad o la educación. Se caracterizan por su forma de presentar los

contenidos con un lenguaje claro, directo, muchas veces en jerga, pues va dirigido a un público de clase media-media y media-baja. En sus portadas llenas de colorido y grandes titulares aparecen noticias de sucesos y del mundo del entretenimiento y el espectáculo.

- **La Prensa Regional** es muy importante en los países más grandes y los más descentralizados pues las grandes urbes en el interior tienen la suficiente masa crítica y volumen de población, sobre todo sectores populares, como para contener medios impresos con arraigo y grandes tiradas. Es el caso de países como México, Venezuela, Colombia, Brasil y Argentina. En Ecuador, Quito y Guayaquil son los dos polos donde se desarrollan los principales medios que en realidad funcionan como prensa de alcance nacional. En este ámbito se da un fenómeno de atomización en países como Bolivia con pequeñas tiradas de alcance provincial.
- **La Prensa especializada** abarca un gran número de medios pero dos grandes categorías se destacan, los dedicados a la información económica, dirigida a una minoría pero con alta capacidad de consumo, y la deportiva mucho más masiva y popular. De hecho, en algunos países, como México, Perú y Venezuela, la prensa deportiva es una de las más leídas.



“Lo que se puede observar en toda la región es una pugna entre medios ‘serios’ y prensa popular”

En los más desarrollados social y económicamente los medios económicos aún minoritarios son muy influyentes como ocurre con *Ámbito Financiero* y *El Cronista Comercial* en Argentina —con 74 mil y 58 mil ejemplares al día—, *Valor* en Brasil, *El Financiero* y *El Economista* en México con 98 mil y 38 mil ejemplares cada uno.

En este sentido cabe destacar las revistas semanales algunas con gran impacto e importancia como *Veja* en Brasil con una difusión de más de 1 millón de ejemplares, *Qué Pasa* y *Capital* en Chile, *Brecha* y *Búsqueda* en Uruguay, *Semana* en Colombia, *Letras Libres* y *Nexos* en México o *Caretas* en Perú.

- En los últimos años, desde finales de los 90, también se ha desarrollado con gran éxito la **prensa gratuita**.

Como señala el especialista en prensa gratuita, Piet Bakker, de la Universidad de Amsterdam, este tipo de periódicos es el fenómeno más reciente en el mundo de la prensa escrita, con un incremento de su circulación de un 140% pasando de 1.2 millones en 2005 a 2.8 millones en 2010, alcanzando en 2011 los 3.5 millones de periódicos vendidos —una penetración de 1 periódico por cada 100 habitantes—. De 1999, cuando solo había dos periódicos gratuitos en la región, se pasó a 40 para alcanzar las cifras recientes de 37 —8 en Argentina, 8 en

Brasil y 7 en México, son los países que encabezan esta nueva modalidad de prensa—. Destaca en especial *Metro International* —“Metro”—, el periódico más grande en América Latina, con casi 3 millones de lectores diarios en las zonas metropolitanas de México, Brasil, Chile, Ecuador, Perú, Guatemala y Colombia.

Lo que se puede observar en toda la región es **una pugna entre medios “serios” y prensa popular**. Así, según *SkyScraper Life*, foro de recursos de información multimedia, que realizó el informe “Los 200 diarios más leídos de Latinoamérica: tiraje diario promedio 2011”, el periódico más leído en la región es el diario popular peruano *Trome*, seguido en segundo lugar por *Clarín*, de Buenos Aires, con 348 mil 239 diarios; tercero era el popular *Super Noticia*, de Belo Horizonte, con 293 mil 572; en cuarto puesto *Folha*, de São Paulo, con 286 mil 398; y quinto otro popular, *Nuestro Diario*, de Ciudad de Guatemala, con 270 mil 97.

Completan los primeros diez lugares *El Tiempo*, de Bogotá —6º, con 269 mil 394—, *Extra*, de Río de Janeiro —7º, con 265 mil 18—, *O Estado*, de São Paulo —8º, con 263 mil 46—, *O Globo*, de Río de Janeiro —9º, con 256 mil 259— y *La Prensa*, de Ciudad de México —10º, con 244 mil 299—.

En esta clasificación se puede ver cómo los que predominan son los periódicos populares —*Trome*, *SuperNoticia*, *Nuestro Diario*, *Extra* y *La Prensa*— y los tradicionales —*Clarín*, *Folha*, *O Estado*, *O Globo*, *El Tiempo*—.

Analizando la situación país por país se observa que los medios escritos que dominan son los pertenecientes a la prensa tradicional y a la popular, con algunos casos destacados de prensa especializada, sobre todo la deportiva, e incluso la regional:

PAÍS	MEDIOS	VENTAS	TIPO	PAÍS	MEDIOS	VENTAS	TIPO	
ARGENTINA	Clarín	348.000	prensa tradicional	HONDURAS	La Prensa	60.000	prensa tradicional	
	La Nación	162.000	prensa tradicional		MÉXICO	La Prensa	244.000	prensa popular
	Diario Popular	96.000	prensa popular			El Gráfico	235.000	prensa popular
	La Voz del Interior	55.028	diario regional			El Norte	232.000	prensa regional
	La Gaceta-Tucumán	53.925	diario regional			El Informador	190.000	prensa regional
	Dario Deportivo Ole	49.625	diario deportivo			Record	180.000	prensa especializada
	La Capital-Rosario	39.175	diario regional			Ovaciones	158.000	prensa especializada
El Día-La Plata	38.362	diario regional	Reforma			135.000	prensa tradicional	
BOLIVIA	Extra	80.000	prensa popular	La Jornada		107.000	prensa tradicional	
	Gente	78.000	prensa popular	El Economista	98.000	prensa especializada		
	El Diario	45.000	prensa tradicional	El Universal	81.000	prensa tradicional		
	El Deber	28.000	prensa tradicional	Milenio	80.000	prensa tradicional		
BRASIL	Folha	297.000	prensa tradicional	Excelsior	25.000	prensa tradicional		
	Super Noticia	296.000	prensa popular	NICARAGUA	La Prensa	42.000	prensa tradicional	
	Extra	265.000	prensa popular		PANAMÁ	El Siglo	66.000	prensa popular
	O Estado	263.000	prensa tradicional	La Prensa		65.000	prensa tradicional	
	O Globo	256.000	prensa tradicional	PARAGUAY		Últimas Noticias	39.000	prensa tradicional
	Zero Hora	188.000	prensa popular			ABC Color	39.000	prensa tradicional
CHILE	El Mercurio	161.000	prensa tradicional	PERÚ	Trome	560.000	prensa popular	
	Últimas Noticias	124.000	prensa popular		El Popular	215.000	prensa popular	
	La Cuarta	107.000	prensa popular		Correo	161.000	prensa popular	
	La Tercera	98.000	prensa tradicional		Nuevo Ojo	151.000	prensa popular	
	La Segunda	133.000	prensa tradicional		Líbero	106.000	prensa deportiva	
COLOMBIA	El Tiempo	269.000	prensa tradicional		El Comercio	100.000	prensa tradicional	
	Q'Hubo Medellín	121.000	prensa popular	Perú 21	100.000	prensa tradicional		
	El Espectador	58.000	prensa tradicional	La República	50.000	prensa tradicional		
	El Espacio	48.000	prensa popular	REPÚBLICA DOMINICANA	Listín Digital	66.000	prensa tradicional	
COSTA RICA	Diario Extra	169.000	prensa popular		Hoy	50.000	prensa tradicional	
	La Nación	65.000	prensa tradicional		Caribe	28.000	prensa tradicional	
ECUADOR	El Universo	135.000	prensa tradicional	El Nacional	28.000	prensa tradicional		
	El Comercio	120.000	prensa tradicional	URUGUAY	El País	65.000	prensa tradicional	
	Últimas Noticias	69.000	prensa popular		La República	38.000	prensa tradicional	
	Extra	69.000	prensa popular	VENEZUELA	Últimas Noticias	170.000	prensa popular	
El Salvador	Diario Hoy	57.000	prensa tradicional		Meridiano	150.000	prensa deportiva	
GUATEMALA	Nuevo Diario	270.000	prensa popular		Panorama	101.000	prensa regional	
	Prensa Libre	130.000	prensa tradicional		Líder	100.000	prensa deportiva	
	El Periódico	30.000	prensa tradicional		El Nacional	90.000	prensa tradicional	
	Siglo XXI	30.000	prensa tradicional		El Universal	82.000	prensa tradicional	

Fuente: Elaboración propia con datos de SkyScraper Life (tiraje diario promedio en número de ejemplares vendidos en el 2011).

“A diferencia de lo que ocurre en Europa y EEUU, en la mayoría de países de América Latina, salvo casos como Argentina o Chile, los lectores de prensa de papel están aumentando”

Así, como se percibe en este cuadro en Brasil, la pugna entre prensa tradicional de referencia y popular es más clara que en ningún sitio. El diario Folha de São Paulo y el popular Super Noticia compiten año a año por ver quién encabeza el mayor número de ventas. Además, entre los seis más vendidos se encuentran diarios populares como el citado Super Noticia, junto con Extra y Zero Hora, y diarios tradicionales como Folha, O Globo y O Estado.

En Perú, sin embargo el predominio corresponde a la prensa popular: Trome es el líder regional indiscutido con 560 mil ejemplares, seguido a mucha distancia de otro diario del mismo corte como es El Popular.

También en México el predominio corresponde a la prensa popular —La Prensa—, los diarios deportivos —Récord y Ovaciones— y los regionales —El Norte de Monterrey y El Informador de Guadalajara—. Solo después se sitúan los diarios tradicionales de referencia —Reforma, La Jornada, El Universal, Milenio y Excelsior—.

En esa línea, en Venezuela la prensa popular —Últimas Noticias—, la regional —Panorama— y la deportiva —Meridiano y Líder— encabezan la lista de diarios más vendidos por encima de la prensa seria tradicional —El Nacional y El Universal—. En Bolivia los medios más leídos son los populares como Extra y Gente que doblan en difusión a El Diario de La Paz y El Deber de Santa Cruz.

A una escala menor, debido al tamaño del país, en Guatemala ocurre algo similar: el dominio indiscutido

es para el popular Nuestro Diario —270 mil ejemplares— a mucha distancia de los periódicos tradicionales como Prensa Libre —130 mil, El Periódico —30 mil— o Siglo XXI. Un caso semejante ocurre en Costa Rica con el Diario Extra, un diario popular que supera en 100 mil ejemplares al diario La Nación, el periódico de referencia en el país.

En Argentina, Chile, Colombia y Ecuador los periódicos más leídos son los tradicionales pero con fuerte presencia de la prensa popular. Los dos principales periódicos de Argentina son Clarín y La Nación, en Ecuador El Universo y El Comercio, en Chile El Mercurio y, en Colombia, El Tiempo. Pero muy cerca de estos medios se sitúan los diarios populares —Las Últimas Noticias y La Cuarta en Chile, Últimas Noticias en Ecuador, Q'Hubo, con sus correspondientes ediciones locales, en Colombia y el más débil de todos, el Diario Popular en Argentina—.

3. AUMENTO DE LOS LECTORES

A diferencia de lo que ocurre en Europa y EEUU, en la mayoría de países de América Latina, salvo casos como Argentina o Chile, los lectores de prensa de papel están aumentando. De una penetración de 6,2 periódicos por cada 100 personas en 2002 se pasó a 6,7 por cada 100 en 2010 a la vez que aumentaba la circulación en un 15%, según datos de la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC).

PwC prevé que el negocio de diarios crezca en torno a un 5,5% anual durante los próximos cinco años en

“La mejoría económica en la región ha traído aparejado un mayor nivel de recursos y capacidad de consumo de la población, en especial las clases medias emergentes”

América Latina, lo cual contrasta con la contracción de 1,4% anual prevista en América del Norte en el mismo período o el crecimiento de apenas un 0,3% en Europa y Oriente Medio.

Varias son las razones de este aumento que se apoya en el crecimiento de la prensa popular y la gratuita y que va a contracorriente de la dinámica global:

- En primer lugar, **la mejoría económica** en la región ha traído aparejado un mayor nivel de recursos y capacidad de consumo de la población, en especial **las clases medias emergentes principal nicho de lectores de la prensa popular.**
- En segundo lugar, **también ha crecido el consumo de la prensa gratuita.** El fenómeno de “Metro” nacido en Estocolmo en 1995 llegó a América Latina en 2009 cuando aparecieron este tipo de diarios en Ecuador, Colombia, Guatemala y Perú para extenderse ahora a todo el continente.

Como apunta Piet Bakker, periodista y académico de la Universidad de Utrecht y experto en el fenómeno mundial de los periódicos gratuitos, estos no vienen a

sustituir a los de pago sino que logran penetrar en otro tipo de lector complementario: *“The main reason for the low level of substitution seems to be that free dailies target not only new readers but also a different sort of reader. Free papers are usually also quite successful in finding that particular reader. As they aim for a —preferably urban younger— non reading audience, existing titles don’t have so much to fear from free dailies. At the same time there are many people who read both paid and free dailies, which also suggests a low level of substitution”*¹.

Como se puede ver en el gráfico “Crecimiento de la prensa diaria en América Latina” en la siguiente página, la circulación se ha duplicado entre 2005 y 2011:

Se trata de un fenómeno global que se extiende por toda la región. Destacan títulos como La Razón en Buenos Aires, El Día en Bolivia, el São Paulo Metro, Greater São Paulo, Santos, Campinas, Rio de Janeiro, Curitiba, Belo Horizonte, y Destak en São Paulo, Rio de Janeiro, Brasilia. En Chile, Publimetro en Santiago, Viña del Mar, Valparaíso, Rancagua, y La Hora en Santiago, Viña del Mar, Valparaíso, Rancagua.

1 “La principal razón del bajo nivel de sustitución parece ser que los diarios gratuitos se dirigen no sólo a nuevos lectores sino también a un tipo diferente de lector. Los periódicos gratuitos tienen éxito normalmente al encontrar ese lector particular. Ya que se dirigen a una -preferiblemente joven y urbana- audiencia no lectora, los títulos existentes no tienen mucho que temer de los periódicos gratuitos. Al mismo tiempo, hay mucha gente que lee tanto periódicos de pago como gratuitos, lo cual también sugiere un bajo nivel de sustitución”.

“Detrás de los principales medios de prensa escrita de la región encontramos a los grandes grupos comunicacionales”

En Colombia, ADN a Bogotá, Medellín, Barranquilla, Cali; en la República Dominicana Al Día y Diario Libre; en Ecuador Metrohoy, Metroquil y MetroCuenca; Publinews en Guatemala; Publimetro en Perú; Primera Hora y Ciudad en Venezuela.

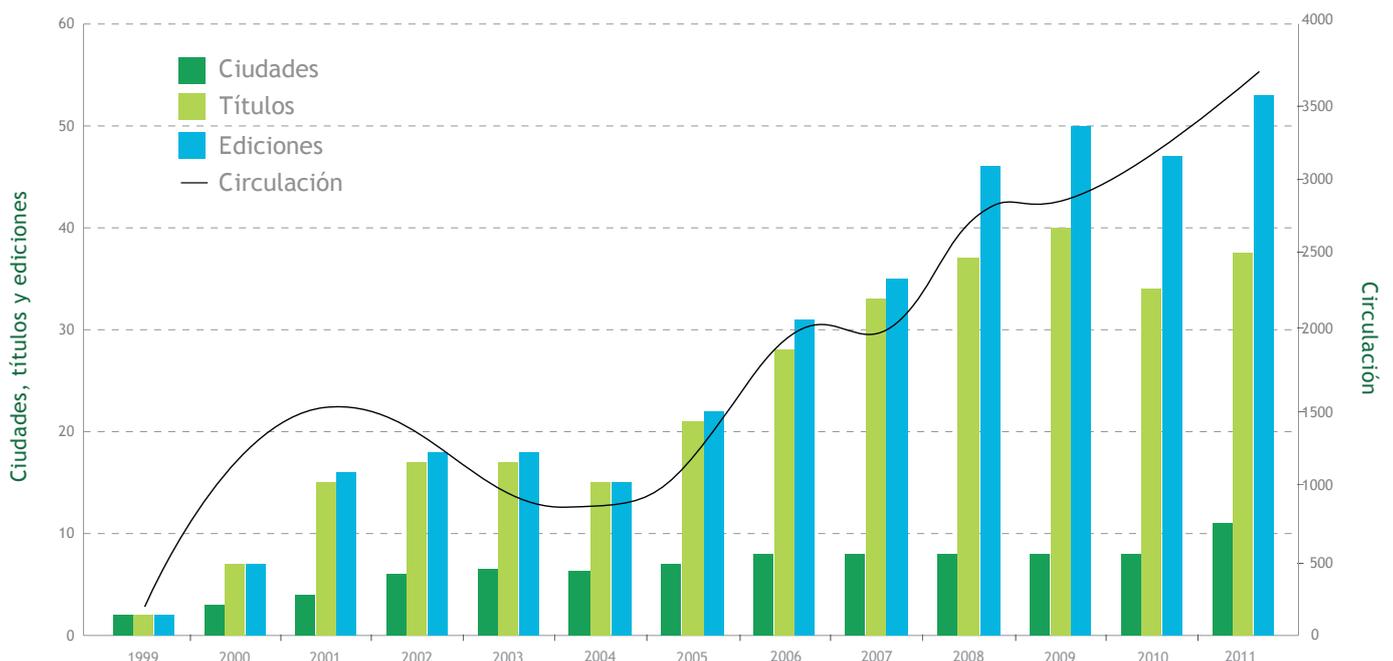
En el caso de México figuran El M, en la ciudad de México, en circulación de 2000 a 2007; El Tren, de Guadalajara, nacido en 2000; El Nuevo Siglo, 2004-2010; El Tren de Monterrey (2005); Crónica Síntesis (2006-2010); Publimetro, con ediciones en la capital, Monterrey y Guadalajara (2006); Más por Más, en la ciudad de México (2009); PuntoMedio, en Mérida (2009); El Nuevo Mexicano, Distrito Federal (2010), y 24horas, de circulación nacional (2011).

4. CONSOLIDACIÓN DE LOS GRUPOS EDITORIALES

Detrás de los principales medios de prensa escrita de la región encontramos a los grandes grupos comunicacionales. Estas grandes corporaciones tienen los mayores tirajes, mayores índices de lectores y cartera publicitaria.

En Brasil, el medio más importante, **O Globo**, es parte de InfoGlobo del Grupo Marinho, un conglomerado de medios con presencia en radio, prensa y televisión. El otro polo de concentración se desarrolla en torno a **Folha** vinculado a la familia Frías que publica además de la Folha de São Paulo, Agora y Valor Económico. Asimismo sobresalen en **Rio Grande do Sul** el Grupo RBS que edita 4 periódicos siendo su

CRECIMIENTO DE LA PRENSA DIARIA GRATUITA EN AMÉRICA LATINA



Fuente: Piet Bakker: “El crecimiento de la prensa diaria gratuita en América Latina”, en <http://www.udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2012/Art129-149.pdf>

“En Argentina, el Grupo Clarín es el propietario del diario Clarín, durante mucho tiempo el periódico en español más leído del mundo”

buque insignia Zona Zero o el Grupo Estado en torno a O Estado de São Paulo.

En México destacan el Grupo El Universal, el Grupo Imagen de Olegario Vázquez Raña, que controla la cabecera del periódico Excélsior, y la Organización Editorial Mexicana liderada por Mario Vázquez Raña, que agrupa a unos 70 medios impresos. Luego sobresalen grupos más locales como La Jornada en México D.F., Reforma y Milenio con proyección en Monterrey, el D.F. y Guadalajara.

En Colombia, el Grupo Santo Domingo controla radio y TV Caracol, el diario El Espectador de Bogotá y revistas importantes como Semana y Cromos. Por su parte, la Organización del empresario colombiano Luis Carlos Sarmiento Angulo (OLCSAL) adquirió en 2012 del Grupo Planeta de España el 55% de las acciones de la Casa Editorial El Tiempo, que publica también el especializado diario económico Portafolio y diez títulos de revistas.

Juan Carlos Gómez, investigador del Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana, señala que este interés que se ha podido ver en la pasada relación de los empresarios al entrar a ese sector de la prensa, está vinculado con la “posibilidad de ampliar su capacidad de influencia y de poder”: “Los grandes inversionistas económicos necesitan respaldo para ampliar su capacidad de juego en las sociedades donde están inmersos, entonces invierten en medios de comunicación porque les dan poder simbólico, que a su vez res-

palda el poder económico y así van ampliando su capacidad de influencia en el poder político, y también su rentabilidad”.

En Argentina, el Grupo Clarín es el propietario del diario Clarín, durante mucho tiempo el periódico en español más leído del mundo. Por su lado, La Nación, además del periódico del mismo nombre, también cuenta con las licencias locales de publicaciones como Rolling Stone, ¡Hola! y OHLALÁ.

En Chile, destacan tres grupos: El Mercurio, Copesa y el Grupo Claro.

El Mercurio es la empresa periodística más grande, con más de 20 periódicos de circulación nacional y regional, entre ellos El Mercurio de Valparaíso, El Mercurio de Santiago, Las Últimas Noticias, El Mercurio de Antofagasta, La Estrella de Valparaíso, El Líder de San Antonio y La Prensa de Tocopilla.

El Grupo Copesa controla varias marcas de radio, televisión e internet, así como prensa entre ellas Pulso, La Tercera, La Hora, La Cuarta, El Diario de Concepción, la revista Qué Pasa, Paula, BizHoy, Biut, Agrupémonos, Zoom Inmobiliario, Zoom Automotriz, Promo Service, y las estaciones Zero 97.2 y Duna 89.7, entre otros.

Por último, se encuentra el Grupo Claro, cuyo nombre se debe al empresario Ricardo Claro, que está detrás de Ediciones Financieras S.A. a la que pertenece el Diario Financiero; también es dueña de Ediciones e Impresos S.A. casa a la que está suscrita Revista Capital.

“Todos estos procesos se producen en un contexto de modernización de lo que antaño fueron unas empresas por generaciones en manos de familias dedicadas al periodismo”

En Bolivia, la familia Rivero tiene como principal referente el diario El Deber y además controla Periodistas Asociados Televisivos, nueve diarios de La Paz, Cochabamba y Potosí; dos radios y otros dos canales de televisión.

En Perú, el Grupo El Comercio, perteneciente a la familia Miró Quesada se ha constituido como el principal del país y abarca diarios como El Comercio, Gestión, Peru.21, Trome, además de su participación en televisión, a través de Grupo Plural TV, propietario de Canal N y América TV, y en el que también es accionista, aunque minoritario, el Grupo La República.

En Venezuela, los dos periódicos más grandes, El Nacional y El Universal, pertenecen a las familias Otero Silva y Mata, respectivamente.

Todos estos procesos se producen en un contexto de modernización de lo que antaño fueron unas empresas por generaciones en manos de familias dedicadas al periodismo. Las propias familias han formado unidades empresariales dirigidas con métodos administrativos y gerenciales modernos. Estos grupos han optado, por el momento, por una triple estrategia:

- **La diversificación:** no solo siguen publicando sus cabeceras históricas sino que han sacado al mercado periódicos populares y gratuitos. Es el caso de Clarín con el diario popular Muy, de El Tiempo con Hoy, o de Copesa en Chile con La Hora (nacido en 2000).

El conglomerado de medios que publica O Globo, el mayor periódico de Río de Janeiro, lanzó un tabloide propio, el Extra, con un precio de 65 céntimos, frente a los US\$ 1,15 de O Globo. Después del lanzamiento de Extra por parte de Infoglobo, en 1998, el Grupo RBS, un conglomerado de medios de Porto Alegre, lanzó Diário Gaúcho.

También han entrado en la prensa gratuita los medios tradicionales: Clarín se hizo con La Razón en 2000, Diario Hoy de Ecuador lanzó Metrohoy, Metroquil y MetroCuenca, La Hora del Grupo Copesa en Chile, El Comercio de Perú está detrás de Publimetro, el Grupo Planeta del diario El Tiempo promueve la cabecera ADN en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla o El Nacional en la República Dominicana lanzó Última Hora, El Día de Bolivia El Sol, El M editado en México por El Universal.

- **Apuesta por la segmentación del mercado periodístico** —por la prensa especializada, deportiva, popular y gratuita— como una opción para orientarse hacia las necesidades del lector, hacer más atractivo el medio y empezar a caminar por el sendero de noticias breves y más locales.
- **Posicionamiento en Internet** ya que como destacan dos investigadoras en temas de prensa digital, Summer

“La circulación de los periódicos de papel aumentó en 2012 en un 0,1% en América Latina”

Harlow e Ingrid Bachmann, “se busca en Internet una salida a los problemas originados por las caídas en circulación y los menores ingresos publicitarios de la prensa — Paterson y Domingo, 2008—. Sin embargo, un informe reciente mostró que el 20% de las iniciativas de periodismo digital en América Latina no obtiene ganancias —Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, 2011—”.

Si bien algunos países latinoamericanos están experimentando un aumento en cuanto al número de lectores —el ejemplo paradigmático es Perú donde la venta ha crecido un 55% en los últimos 5 años pasando de 1,2 millones vendidos a 1,8, según datos de KPMG— los más maduros socialmente, como Brasil, Argentina, Colombia y Chile, con clases medias consolidadas históricamente, ya se encuentran insertos en una dinámica muy diferente, con un aumento de la lectura en Internet. A ese escenario es hacia el que se dirigirá la prensa latinoamericana en los próximos años.

5. PANORAMA DE FUTURO: PÉRDIDA DE LECTORES Y DESAFÍO DIGITAL

El futuro a medio plazo de la prensa latinoamericana de papel, en torno a los próximos cinco años, estará marcado por (a) la pérdida de lectores en soporte papel, producto de la migración de los mismos a internet, y como consecuencia directa, (b) por el auge de los medios electrónicos.

Pérdida de lectores en soporte papel

En líneas generales, y según la encuesta anual de Tendencias de la Prensa Mundial de la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias, la circulación de los periódicos de papel aumentó en 2012 en un 0,1% en América Latina —un 1,2% en Asia y un 3,5% en Australia y Nueva Zelanda— frente a la reducción que se produjo en un 6,6% en América del Norte, 5,3% en Europa occidental, 8,2% en Europa del Este, y un 1,4% en el Oriente Medio y Norte de África.

Todo indica que a medida que las clases medias de Perú y otros países de la región se consoliden, ganen en capacidad de consumo y vayan ingresando en el mundo de internet, aumentará la lectura de los periódicos a través de la red.

Sin embargo, parece que el fenómeno, al menos para los próximos años, apunta más a la complementariedad de los formatos que a la sustitución inmediata de uno por otro, como ha destacado Juliana Sawaia, Gerente de Learning & Insights de Ibope Brasil. Según la investigadora, estamos en América Latina en la era “tradigital”, en la que la penetración de dispositivos electrónicos en el mercado conlleva a una diversificación de múltiples formatos para la distribución de contenidos e información, pero donde hoy el digital forma parte de la estrategia de los medios tradicionales, por lo tanto, los complementa promoviendo así el consumo de los medios en general.

“Sea complementaria a la lectura en papel o sustitutiva, el incremento de la lectoría en soportes digitales es una tendencia evidente”

De hecho, hay que tener en cuenta que la audiencia latinoamericana en Internet fue la que más creció a escala mundial: un 12% entre marzo del 2012 y marzo de 2013 —según un análisis anual de la firma Pingdom y un informe de ComScore—. En total hay cerca de 160 millones de internautas en la región, lo que sitúa a Latinoamérica en el primer puesto en crecimiento de usuarios de la red. Le siguen la región de Asia-Pacífico, con un 7%; Europa, con un 5%; Oriente Medio-África, con un 3%, y Estados Unidos y Canadá, con un 1%. Y eso que a pesar del crecimiento de la audiencia latinoamericana, cabe decir que esta solo representa el 9% de la audiencia de Internet global.

Sea complementaria a la lectura en papel o sustitutiva, el incremento de la lectoría en soportes digitales es una tendencia evidente:

- **Porque aumentaran los consumidores.** De hecho, la penetración de internet ha ido

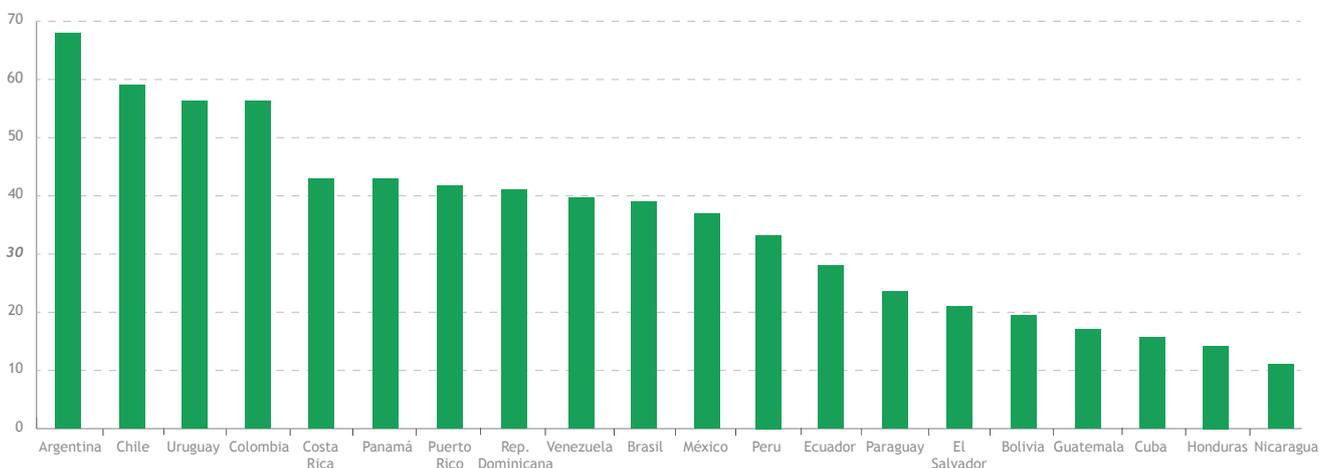
en aumento en la región y ya en 4 países, como se ve en el gráfico, supera el 50% —Argentina, Chile, Uruguay y Colombia— y en 8 supera o ronda el 40% —Costa Rica, Panamá, República Dominicana, Venezuela, Brasil y Perú—.

- Además, mejoran las infraestructuras con el crecimiento de la conexión de la banda ancha que ya es una realidad en la región, a la que aún le queda mucho recorrido por crecer ya que como se ve en el gráfico en 3 años ha aumentado en un 20% y aún se encuentra en el 27%.

El desafío digital

La llegada de Internet, como señala el presidente de El País, Juan Luis Cebrián, “no es un mero cambio de actitudes sociales. Es una revolución social y de civilización comparable, en la historia de la humanidad, al invento del alfabeto o de la imprenta. Y en ese ojo del huracán está inmerso el propio periodismo”.

PENETRACIÓN DE LA BANDA ANCHA EN AMÉRICA LATINA (%)



Fuente: Latinoaméricalatinahoj

“Entre la numerosa presencia en Internet de todo tipo de diarios de América Latina, destacan las ediciones testimoniales”

En esa misma línea, Francisco Miró Quesada, director del diario peruano El Comercio, durante una reunión de la Sociedad Iberoamericana de Periodismo dijo que “la prensa latinoamericana goza aún de una buena primavera. Pero no debe quedarse dormida”.

En los últimos 20 años, la prensa digital ha vivido tres etapas. Una primera marcada por la colocación en línea de sus contenidos como otro canal de distribución. Una segunda cuando apareció Google en el año 98 y modificó totalmente el comportamiento de la audiencia. Y una tercera, la actual, marcada por “la aparición de las redes sociales (Facebook, Twitter), el teléfono celular —la movilidad aparece— y YouTube, de pronto la palabra retrocede frente a la imagen. Todo esto configura un nuevo paquete que cambia de nuevo el comportamiento de la audiencia. Ahora hay sitios que descubren que “el 30% de sus entradas provienen de Facebook, es decir que

viene a través de la recomendación de un amigo”, señala Jean-François Fogel, periodista francés experto en medios digitales, que dirigió Le Monde.com y asesor del Grupo Prisa.

Por lo tanto, tras dos décadas de desarrollo y debido a los últimos avances tecnológicos se puede concluir que el acceso a internet cambia las costumbres de lectura, como señala también Fogel: “Puede que me equivoque, pero tengo la impresión de que la aparición de los smartphones va a tener un tremendo impacto en América Latina. En las últimas décadas se volvió común ver cómo las familias que vivían en los barrios marginados de las grandes ciudades latinoamericanas no tenían casa propia, pero sí un televisor. Esa era una manera de sentir que pertenecían a la sociedad. Bueno, pues estas familias son las mismas que hoy tienen un celular. Esas personas van a utilizar ese celular como un computador pequeño y van a entrar al mundo digital por esa vía, no comprando una tableta o un computador cuyo precio es muy alto para su bolsillo”.

PENETRACIÓN DE LA BANDA ANCHA EN AMÉRICA LATINA (%)



Fuente: Wireless Intelligence

Ante ese panorama, la prensa de papel, salvo excepciones como el diario Clarín, El Tiempo, La Tercera o Folha de São Paulo, el diario digital del grupo El Comercio y de La Prensa en Perú aún no ha logrado adaptarse al nuevo medio digital. Bernardo Díaz Nosty, profesor de la Universidad de Málaga especializado en prensa, subraya que “entre la numerosa presencia en Internet de todo tipo de diarios de América Latina, destacan las ediciones testi-



moniales, con muy escaso valor añadido en relación con las posibilidades que ofrece el soporte digital, y alejadas de los códigos constructivos, de legibilidad y diseño que caracterizan las soluciones más evolucionadas”.

E Ingrid Bachmann y Summer Harlow —autoras de un estudio sobre la prensa latinoamericana en la web— sostienen que “la publicación de contenidos en la web sigue una lógica de duplicación y migración más que adopción de nuevos formatos y cuando se usan recursos multimedia son para temas que se prestan para este tipo de tratamiento.

De este modo, las notas sobre cultura y entretenimiento, y aquellas sobre deportes incluyen significativamente más fotografías, galerías de imágenes y vídeo que el resto, en tanto que la inclusión de clips de audio es significativamente más frecuente en los artículos sobre política, delincuencia (policial) y educación, sobre todo para incluir el relato de fuentes testimoniales. Nuevamente, los resultados sugieren que los medios optan por adoptar aquellos elementos web que son más fáciles de incorporar y que no alteren especialmente el proceso de producción de noticias...

Según nuestro análisis de 19 sitios web de los periódicos latinoamericanos más emblemáticos... estos ofrecen una apertura limitada al diálogo con los usuarios, resultados similares a los obtenidos en estudios sobre medios de otros países occiden-

tales —por ejemplo, Hermida y Thurman, 2008; Jönsson y Örnebring, 2011—, que sugieren que las redacciones siguen ejerciendo el control sobre qué y cómo se comunican las informaciones noticiosas. Las potencialidades de una mayor inclusión de las audiencias al proceso informativo y un periodismo más colaborativo se ve limitada por una interactividad localizada en la jerarquía de los medios. Como dijieran Kim y Sawhney (2002), los usuarios pueden reaccionar en un grado reducido y los productores de contenidos se aseguran de mantener el poder de decisión”.

Todos estos procesos —mejora económica de la población con acceso a otro tipo de instrumentos más sofisticados y caros de comunicación y la “revolución tecnológica”— van a acabar incentivando la migración de lectores de la prensa de papel al soporte digital. Además, esa reducción de lectores que se prevé irá unida a la de la publicidad pues Internet ya ha comenzado a atraer los ingresos por publicidad. Su cuota de anuncios en medios pasó de 1,6%, en 2004, a un 4,2% en el primer semestre de 2010, de acuerdo con el Projeto Inter-Meios, que monitoriza los gastos en publicidad. Este incremento contrasta con los ingresos publicitarios generales, que cayeron del 16,6% al 13,4% en el transcurso del mismo periodo.

Existe ya incluso una rica y novedosa experiencia en América Latina en cuanto a medios informativos digitales. Se han desarrollado una veintena de páginas web

“El pago por contenidos se presenta como una alternativa a muy largo plazo pues en América Latina no existe esa cultura del pagar por leer la prensa en Internet”

dedicadas a la información que funcionan como medios periodísticos digitales. Se trata de Plaza Pública de Guatemala financiado en dos terceras partes por la Universidad Rafael Landívar. Animal Político, Reporte Índigo en México, El Faro, de El Salvador, Confidencial, un portal de Nicaragua dirigido por Carlos Fernando Chamorro, Verdad Abierta y La Silla Vacía, en Colombia, en Chile —Ciperchile—, en Argentina —Puercoespín, Chequeando—, en Brasil —Apublica— e IDL-Reporteros o Infos en Perú.

De todas formas, el crecimiento en las plataformas digitales no está siendo seguido por un paralelo crecimiento de los ingresos publicitarios por lo que es de prever que los diarios de papel no podrán compensar con internet las pérdidas de ingresos publicitarios de sus ediciones impresas ni la caída de las ventas.

PwC dice que la publicidad en las ediciones online de los diarios latinoamericanos crecerá un 23,5% anual hasta el 2016, tres veces más que en las impresas. Pero con un costo de los anuncios en Internet mucho más barato.

El talón de Aquiles de los medios online es que no logren autofinanciarse puesto que la gran mayoría arrastra problemas financieros. El 57%, según un estudio de la FNPI elaborado por Angel Alayón, genera pérdidas. Solo el 18,5% declaró generar ingresos mayores a sus costos. El pago por contenidos se presenta como una alternativa a muy largo plazo pues en Améri-

ca Latina no existe esa cultura del pagar por leer la prensa en Internet. En palabras del subdirector del diario argentino La Nación, Fernán Saguier: “Los sitios online representan un porcentaje ínfimo del negocio: entre un 5 y 7%”.

La apuesta de futuro para unos —la prensa tradicional— y para otros —la prensa nacida en el mundo digital— va por varios caminos:

- Por el de la segmentación e incluso hipersegmentación de los contenidos adaptándose a cada usuario y buscando no transmitir a una masa indeterminada de lectores, sino para cada cibernauta en particular: “De manera que no se trata de un mensaje colectivo para ser consumido en igualdad de condiciones por una masa de receptores. Muy al contrario, es una oferta concreta que cada usuario escogerá de manera individual, a fin de adoptar su toma de decisiones o enriquecer su banco de datos particular”, asegura Tatiana Hernández Soto en su tesis doctoral “Evolución de los principales periódicos digitales latinoamericanos de información general desde comienzos del tercer milenio (2000-2007) Caso: Argentina, Chile, Colombia, México y Venezuela”.
- Por el de la apuesta y profundización en la utilización de las herramientas que aporta el mundo digital como el hipertexto, la “multimedialidad” al unir de forma in-



“El camino ya recorrido por algunos sitios web de periódicos tradicionales latinoamericanos representa un buen punto de partida, pero falta mucho por avanzar”

tegrada texto, imagen fija —infografía— sonidos —voz, música, efectos especiales— e imagen en movimiento —animaciones, vídeos— y la interactividad entre el emisor y el receptor.

Como señala Tatiana Soto, “el diseño digital se encuentra todavía ante una serie de limitaciones técnicas. El camino ya recorrido por algunos sitios web de periódicos tradicionales latinoamericanos representa un buen punto de partida, pero falta mucho por avanzar. Hay que introducir conocimientos nuevos. No cabe duda que se debe profundizar más en el trabajo interdisciplinario de los periodistas, editores, diseñadores, fotógrafos, infografistas, etc., así como también en la visión ejecutiva de este nuevo desafío para la oferta periodística. Definitivamente, los periódicos necesitan evaluar y comprender las repercusiones reales de la nueva plataforma”.

- Como solución posible, y que se está ensayando, ante la caída de lectores de la prensa de papel surge por ejemplo la idea de centrarse en el desarrollo de contenidos como “fórmula para sobrevivir” y atraer más lectores. Ya hay experimentos como el periódico Zero Hora que cuenta con 19 secciones, suplementos temáticos diarios y ofrece contenidos diseñados especialmente para atraer a los jóvenes

—53% de sus lectores tiene menos de 40 años—. Su secreto reside en “mucho, mucho localismo”, con ediciones adaptadas a cada segmento. Esa fórmula se repite en Colombia a través de la alianza de periódicos Grupo Nacional de Medios (GNM), que fundó el diario popular Q’Hubo.

- Otro vector de desarrollo debe ser el de aprovechar las sinergias entre medios de la región que comparten además un mismo idioma.

Díaz Nosty señala que “la potencialidad supranacional de la prensa de referencia, en un espacio cultural donde apenas existen barreras lingüísticas, es extraordinaria, pero hoy es muy baja la permeabilidad comunicacional, por lo que las fronteras mediáticas coinciden con las de las geografías nacionales. No existen experiencias reseñables de colaboración entre empresas editoras y tampoco proyectos supranacionales. El primer suplemento distribuido simultáneamente por diarios de distintas naciones procede de una experiencia norteamericana, del New York Times. Tal vez la iniciativa más avanzada pueda surgir del Grupo de Diarios América, que reúne 11 cabeceras de otras tantas naciones latinoamericanas, con una difusión de 1,5 millones de copias diarias que comparten y ofrecen recursos conjuntos”.



Panorama radiofónico latinoamericano

El futuro de la radio en América Latina:
un nuevo renacimiento

d+i LLORENTE & CUENCA



1. INTRODUCCIÓN
2. CARACTERIZACIÓN DE LA RADIO EN AMÉRICA LATINA
3. ¿QUÉ SE ESCUCHA EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS?
4. GRUPOS EMPRESARIALES
5. DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA
6. CONCLUSIÓN: EL FUTURO DE LA RADIODIFUSIÓN

1. INTRODUCCIÓN

La radio en América Latina, como en otras partes del mundo, está a las puertas de vivir una segunda juventud, gracias a la aplicación de las nuevas tecnologías al medio radiofónico. Nacida en los años 20 del siglo pasado, vivió un reinado sin oposición hasta los años 50 y 60 cuando apareció la televisión.

Lo audiovisual destronó a la radio pero no la condenó a su desaparición o su extinción, como algunos predijeron. Sobrevivió gracias a su mayor cercanía con los consumidores (oyentes) y por su mayor inmediatez y flexibilidad, pero claramente perdió prominencia en cuanto a medio de comunicación de masas.

Sin embargo, en esta segunda década del siglo XXI, Internet y las nuevas formas de comunicación “a la carta” pueden permitir y facilitar que tenga lugar este pequeño renacimiento radiofónico. Además, la abundante oferta de emisoras ha hecho a la radio en América Latina más heterogénea y flexible, adaptándose a las necesidades e intereses políticos, sociales, religiosos y étnicos de los oyentes.

En este informe se va a tratar de desentrañar cuál es el estado de la radiodifusión en América Latina (qué se escucha y quién lo escucha) y cuáles son las proyecciones de futuro para este medio.

En concreto, se va a profundizar en los siguientes aspectos: el estado de la radiodifusión en América Latina, la fragmentación de las audiencias, la heterogeneidad de la oferta, la consolidación de los grandes grupos mediáticos y cuáles son las proyecciones de futuro para este medio.

“La radio sigue y seguirá siendo por mucho tiempo el medio de comunicación por excelencia en América Latina”

2. CARACTERIZACIÓN DE LA RADIO EN AMÉRICA LATINA

La radio en América Latina posee dos virtualidades que la sitúan en un marco muy adecuado para seguir consolidándose:

Goza de prestigio entre la población en general y los oyentes en particular

El impacto de la radio sigue siendo muy importante en América Latina. Los informes del Latinobarómetro¹ suelen señalar que es el medio de confianza para la mayor parte de la población, con un 55% de aprobación. La radio representa compañía y entretenimiento y es aún hoy para muchos el único medio para informarse de lo que pasa en su país.

Un prestigio más acusado en las emisiones en FM que en las de AM, como destaca el especialista en temas radiofónicos, Tito Ballesteros quien concluye que “la AM cada vez es menos valorada y la FM más escuchada. Los hallazgos del estudio atestiguan sobre el hecho: las emisoras AM en América Latina y el Caribe suman 6.892, en FM 13.394”.

Un ejemplo de este prestigio y confianza, se da en el Perú, donde es importante mencionar el caso de Radio Programas del Perú (RPP), ya que no solo es el medio de comunicación con mayor reputación en el país, sino el úni-

co medio dentro del Top 10 del RepTrak Pulse Perú 2012, estudio elaborado por el Reputation Institute e Inmark Perú.

Gran capacidad de adaptación

Una de las grandes virtudes históricas de este medio es su gran poder de adaptación a los nuevos tiempos y a los cambios, gracias a su mayor flexibilidad. Encontró su papel alternativo a la televisión cuando esta apareció (apelando a su mayor inmediatez) y ha vuelto a hacer lo mismo con la llegada de Internet (subrayando su cercanía con el oyente).

Como señalan Marta Garrido y Laura Pinto en un artículo en Radio Netherland “las nuevas tecnologías, lejos de haber desbancado a la radio, la han universalizado. La radio se está fusionando con Internet y se está adaptando en las redes sociales. A pesar de que cada vez son más las personas que tienen acceso a Internet, su uso sigue siendo reducido en América Latina ya que tan sólo el 27% tienen acceso a la red. De todas formas, la radio sigue y seguirá siendo por mucho tiempo el medio de comunicación por excelencia en América Latina. Aunque en su camino por adaptarse a los nuevos tiempos cambie de formato, su esencia permanecerá intacta”.

Esa capacidad de adaptación se ha visto acentuada en los últimos

¹ El Latinobarómetro es un estudio de opinión pública que aplica anualmente alrededor de 20.000 entrevistas en 18 países de América Latina representando a más de 600 millones de habitantes.

“En la mayoría de los países de la región la estructura radiofónica es muy similar, caracterizada por la extrema fragmentación”

tiempos, cuando han acontecido cambios en todo el proceso que tiene lugar en la comunicación radiofónica: en los diferentes ámbitos de la producción, la emisión, la recepción y la interacción entre emisor y receptor.

Desde el punto de vista de la producción cada vez se utiliza más Internet para la producción de programas de radio lo cual favorece la conectividad ya que se posibilita el acceso a mayor cantidad de fuentes indirectas y también a compartir producciones de forma mucho más inmediata que la que permitía el envío de casetes o CD.

Gracias a Internet, la radiodifusión ha perdido su carácter efímero por la posibilidad de difundir masivamente archivos de sonido, por ejemplo en formato podcast, con posterioridad a su salida al aire. En este sentido, la edición digital y la posibilidad que brinda Internet de almacenar contenidos en línea implica una gran transformación en lo que se refiere al medio radiofónico.

Un ejemplo de ello es la emisora colombiana Blu Radio que tiene como objetivo ser una emisora que puede ser seguida por radio, Internet y a través de dispositivos móviles. Lo mismo ocurre en el Perú con RPP, que además de ser seguida en radio y televisión, comparte información en tiempo real en su web y se adapta a las nuevas plataformas digitales, como Facebook y Twitter. Esto, con la idea de estar conectado en todo momento con su público.

La forma de recibir las emisiones de radio también ha experimentado modificaciones profundas con la aparición de teléfonos celulares que ofrecen muchas más funciones que la comunicación telefónica y que poseen receptores FM. De igual manera, los reproductores de archivos mp3 facilitan la producción de contenidos para descargar y compartir. Cada vez es mayor el consumo de radio online en computadoras, celulares y tabletas.

3. ¿QUÉ SE ESCUCHA EN LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS?

En la mayoría de los países de la región la estructura radiofónica es muy similar, caracterizada por la extrema fragmentación. Existen dos o tres medios de alcance nacional, controlados por grandes corporaciones comunicacionales, que pugnan por la conquista de la audiencia y multitud de otras emisoras más centradas en determinados nichos sociales —musicales para los jóvenes, evangélicas para los grupos religiosos, comunitarias para los sectores indígenas...—. Es claramente un fenómeno de fragmentación de la audiencia que ha sido respondido por las cadenas radiales diversificando su oferta y contenidos.

Tomando como base un estudio de Tito Ballesteros López de 2012 “La radio en América Latina y el Caribe, Mapa Interactivo”, se puede destacar que “el país con menor número de emisoras en AM y FM es Cuba (62) y el que más posee es Brasil (3.788). Los países

centroamericanos suman 3.649 emisoras mientras los países suramericanos alcanzan la cifra de 21.039. Brasil es el país con mayor número de estaciones, le siguen, en su orden, Perú y Chile”.

Yendo país por país y teniendo en cuenta la escasez de datos confiables en la mayoría de los mismos sobre índices de audiencia, se puede llegar al siguiente panorama:

- En **Argentina** las dos emisoras generalistas más escuchadas son Radio Mitre (propiedad del grupo Clarín) y Radio

10 (perteneciente al Grupo H hasta el 2012 y ahora en manos del empresario Cristóbal López) que mantienen desde hace más de una década una batalla por liderar las audiencias. Tras 13 años de liderazgo de Radio 10, en 2013, Mitre volvió a imponerse en la mañana de la AM.

Según las mediciones de Ibope, de junio de 2013, en la franja generalista, Mitre cosechó 41,6 puntos, frente a 19 de Radio 10. El tercer puesto fue para La Red, que marcó 12,2 puntos, seguida por Continental, con 9,1. La tabla de las seis más escuchadas se cerraba con Radio Nacional, con 5,7, y Del Plata, que promedió 4,6 puntos.

- En **Chile**, las emisoras más escuchadas son, según la consultora internacional Ipsos, Corazón con un 8,5 %, seguida por Bío Bío en segundo lugar con un 7,7%. Luego se sitúan FM Dos y Cooperativa, ambas con un 5,3% de audiencia, ADN (3.3%) y Agricultura (1,9%). Se trata de emisoras con perfiles muy diferentes que hablan de la fragmentación que padecen estos medios y la radio en general. El público de Bío Bío es el de los mayores de 25 años mientras que el de Corazón tiene otro tipo de “target”, el oyente juvenil.
- En **Colombia** se repite este esquema. Dos grandes emisoras generalistas (Caracol y RCN) respaldadas por fuertes

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS AM Y FM EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE			
País	Emisoras AM	Emisoras FM	Total emisoras por país
México	675	388	1.452
Guatemala	288	52	280
El Salvador	100	148	248
Honduras	277	626	903
Costa Rica	56	69	125
Nicaragua	52	228	365
Panamá	99	177	276
Colombia	850	1.124	1.974
Venezuela	680	563	1.243
Ecuador	233	926	1.173
Perú	466	2.192	2.732
Bolivia	850	262	1.112
Brasil	1.583	2.205	7.763
Chile	174	1.410	1.994
Uruguay	89	283	372
Paraguay	72	637	752
Argentina	177	1.839	1.924
Cuba	28	34	62
Rep. Dominicana	143	231	394
Total de emisoras	6.892	13.394	25.144

Fuente: Tito Ballesteros, “La radio en América Latina y el Caribe, Mapa interactivo”

“La radio en Brasil ha vivido un enorme boom ya que existen un gran número de emisoras”

consorcios pelean por el primer lugar de la audiencia.

Caracol Radio es la emisora con mayor audiencia, con 1.874.000 personas que la sintonizan diariamente. Caracol tiene 39,31% del mercado de la radio hablada, RCN alcanza 26,20% y Olímpica 13,81%. En cuanto a los oyentes por cadena, éstos suman 9.538.000, 6.357.000 y 3.352.000, respectivamente.

A la vez se perciben los nuevos senderos que va atravesando la radio, ya que destaca un fenómeno nuevo como es el de Blu Radio (96.9 FM) que registró un crecimiento general en audiencia que, de acuerdo con el Estudio Continuo de Audiencia de Radio (ECAR), llegó a ser de 154%. La emisora, que comenzó a emitir en septiembre del año 2012, pasó de tener 151.500 oyentes por día a 384.400.

- En **México**, en la Frecuencia Modulada, sigue liderando Alfa 91.3, seguida de La Z, La Kebuena, de Grupo Televisa; en cuarta posición está otra más de GRC: Universal Estéreo, de Adolfo Fernández Zepeda y en quinta posición están Los 40 Principales, también de Televisa Radio.

En AM, en cuanto a informativos, sigue en primer lugar el de Carmen Aristegui, de Noticias MVS, seguida de La Red de Radio Red, Joaquín López Doriga y Pepe Cárdenas.

- La radio en **Brasil** ha vivido un enorme boom ya que existen un gran número de emisoras: cerca de 3.700, sumando las casi 1.700 de AM y las 2.000 de FM. Durante un tiempo, el hábito de escuchar la radio creció de manera acelerada pero, a partir de la década de los noventa, la penetración ha sido más lenta y siempre menor que la de la televisión. Como medio publicitario, la participación de la radio se ha mantenido estable y en niveles bajos.
- En dos países andinos como **Bolivia** y **Perú** se da un mayor predominio de uno de los grupos radiofónicos: FIDES en el caso de Bolivia y RPP en el caso peruano.
- En **Bolivia**, las principales emisoras nacionales son Radio Fides, la de mayor audiencia, Radio Metropolitana, RED Erbol, posicionada claramente en la izquierda, Radio Panamericana, Radio Illimani, Radio La Cruz del Sur y Radio Nueva América. Con emisión en lengua aymara: Radio Cóndor y Radio Emisoras Unidas.
- En **Perú**, RPP Noticias es la radio más sintonizada y recordada de entre la lista de estaciones radiales de Lima Metropolitana, dejando a los radios musicales en segundo lugar de las preferencias, según una encuesta de Ipsos Apoyo. Le siguen las

“La fragmentación de las audiencias, la heterogeneidad de la oferta y la consolidación de los grandes grupos mediáticos son tres de las características de la radiodifusión en América Latina”

radios Moda y Ritmo Romántica, ambas del Grupo Corporación Radial del Perú.

RPP Noticias también ocupa el primer lugar en sintonía de lunes a viernes con un 54 % de las respuestas superando ampliamente a los competidores informativos y musicales, mientras que los fines de semana también lidera la sintonía con un 19 % de la audiencia.

En general, un 64 % de los encuestados aseguró que RPP es la emisora que escucha con más frecuencia.

- En **Venezuela** destaca Rumbera, de Puerto La Cruz, que es la emisora con mayor audiencia media (325.000 oyentes). Otras tres emisoras de Puerto La Cruz superan los 200.000 oyentes de media. En Valencia, la emisora Bonchona consigue 310.000 oyentes. En Maracaibo, cuatro emisoras, encabezadas por Mega, de Zulía, superan los 200.000 oyentes. En Barquisimeto, la líder es Rumbera, la única que supera los 200.000. En la capital federal, la audiencia está dividida entre un gran número de empresas. Sólo tres emisoras superan los 100.000 oyentes: La Mega de Caracas, Onda Caracas y X Caracas.
- En **Ecuador**, la radio es el medio de comunicación de mayor importancia y el menos concentrado, comparado

con la prensa y la televisión. No obstante, más de la tercera parte del total de las emisoras está instalada en Quito y Guayaquil, lo que refleja el alto grado de concentración geográfica de este medio de comunicación en los dos polos de actividad económica y política del país.

4. GRUPOS EMPRESARIALES

La fragmentación de las audiencias, la heterogeneidad de la oferta y la consolidación de los grandes grupos mediáticos son tres de las características de la radiodifusión en América Latina.

Grupos mediáticos, algunos multinacionales como los españoles Telefónica y Grupo PRISA. En este último caso, el presidente ejecutivo del grupo español de comunicación PRISA, Juan Luis Cebrián, anunció en 2013 que preveía expandirse en América Latina puesto que las radios latinoamericanas de PRISA suponen ya más del 60% de la facturación de la división y que Radio Caracol (Colombia) es, en términos absolutos, “más rentable” que la cadena SER en España.

- En **Argentina**, los dos grupos principales son el Grupo Clarín y Telefónica, empresas multinacionales que controlan dos de las radios de mayor audiencia (Radio Mitre y FM 100). Además, destacaba el Grupo H, de Daniel Hadad cuyas principales emisoras han sido adquiridas en 2012 por

“En los últimos años se ha desatado la compra de estaciones por parte de grupos más grandes”

Cristóbal López, empresario cercano al kirchnerismo, del grupo Indalo (la radio 10 —la de mayor audiencia— y las FM Mega y Pop).

En cuanto a los grupos multimedia locales, cabe señalar el ya citado Grupo Uno (Santa Fe, Mendoza, Entre Ríos), además de otros como el Grupo El Chubut (Chubut), el Grupo Segovia (Santa Cruz), el Grupo Julio Shroeder (Neuquén), el Grupo García Hamilton (Tucumán), el Grupo Río Negro (Río Negro), el Grupo San Luis (San Luis), el Grupo Cadena 3 (Córdoba), el Grupo Ancasti (Catamarca), el Grupo Horizonte (Salta), el Grupo ICK (Santiago del Estero), el Grupo Montes (San Juan) o el Grupo Almada (Misiones).

- En Chile a finales de 2006 se produjo la fusión de los dos grupos más grandes. La empresa española Unión Radio, del grupo PRISA, que ya controlaba el Consorcio Radial de Chile con cuatro señales nacionales (40 Principales, Bésame, Radioactiva y W Radio), se hacía con el control del principal grupo de radios del país, hasta ese momento propiedad del grupo venezolano Cisneros. El consorcio resultante, Iberoamericano Radio Chile, tiene ocho señales nacionales, varias de ellas líderes: Pudahuel, Rock and Pop, Corazón, FM Dos, Concierto, Futuro, FM Hit e Imagina.

- En México, existe una fuerte presencia de la radio pública (la empresa estatal Instituto Mexicano de la Radio (Imer) que participa en la radiodifusión comercial por medio de 11 estaciones transmisoras). Destaca asimismo entre los privados el Grupo Acir, el mayor grupo propietario y operador de estaciones de radio. El consorcio posee más de 180 estaciones y es controlado por la familia Ibarra López.

Radio Fórmula, organización controlada por la familia Azcárraga Madero, también ha desarrollado una red propia de 83 estaciones en México y Estados Unidos. Tiene una presencia muy fuerte en el mercado de la Ciudad de México.

En los últimos años se ha desatado la compra de estaciones por parte de grupos más grandes, lo que ha permitido consolidar cadenas como Imagen, de la familia de Olegario Vázquez Raña; ABC Radio, controlada por Mario Vázquez Raña; Radio Centro, de la familia Aguirre Gómez como accionista mayoritaria; Radiorama, encabezada por la familia Pérez de Anda.

- Caso especial es el Grupo Multimedia, la única agrupación regional —opera en el norte de México— que combina la edición de periódicos y revistas con negocios en televisión y radio, acceso a Internet y explotación del negocio radiofónico (conjuntamente con el grupo español PRISA).

“La fragmentación de la audiencia ha ido de la mano de una heterogénea oferta en cuanto a contenido y tipos de emisoras que buscan públicos específicos y no audiencias generalistas”

- En **Brasil** sobresale el Grupo Globo del que forman parte cadenas de radio (Globo y El Dorado, en Río de Janeiro; Nacional y Excelsior, en São Paulo; Continental, en Río Grande do Sul; Tiradentes, en Minas Gerais, y Reporter, en Pernambuco). También cabe destacar Grupo Abril, Grupo Folha, el Grupo RBS y el Grupo Estado de la familia Mesquita.
- En **Colombia** detrás de los medios de comunicación están los sellos de grandes conglomerados económicos: RCN Televisión y Radio son de la Organización Ardilla Lülle y Caracol Radio del grupo español PRISA.
- En **Perú**, el Grupo RPP es la cadena radial de mayor cobertura y una de las más importantes y sintonizadas del país. Cuenta con 7 radioemisoras de alcance nacional con programaciones dirigidas a distintos públicos: Radio Felicidad, Studio 92, Radio Corazón, Oxígeno, Radio La Zona, Radio Capital y la propia RPP Noticias. Corporación Radial del Perú (CRP), también es un gran conglomerado que cuenta con emisoras musicales segmentadas que conectan con diferentes targets. Sus emisoras son Ritmo Romántica, La Inolvidable, Moda, Oasis, Radiomar, Nueva Q FM, Planeta, Inca y Mágica. Por su parte, el Grupo Panamericana cuenta con radio Panamericana y radio Onda Cero

y Corporación Universal con radio La Karibeña, La Exitosa y La Calle.

5. DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA

La fragmentación de la audiencia ha ido de la mano de una heterogénea oferta en cuanto a contenido y tipos de emisoras que buscan públicos específicos y no audiencias generalistas.

Esa diversificación de la oferta se traduce en ejemplos como el de Argentina donde, según la Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas (ARPA), existen en todo el país 10.671 emisoras, de las cuales sólo tienen algún tipo de documento que las autorice a transmitir unas 4.145; es decir sólo el 38%. Este se acentúa en la franja de la FM y en el área metropolitana de Buenos Aires, donde hay 251 emisoras registradas y 550 sin licencia. En esa área hay hasta 20 emisoras transmitiendo en una misma frecuencia y, consecuentemente, interfiriéndose entre sí.

Pero más allá de esta fragmentación de la oferta se puede vislumbrar en estos momentos la consolidación de tres tipos de emisoras de radio:

La radio generalista vs radio especializada

Se trata de la que tiene más impacto e influencia política, sobre todo en las zonas urbanas, pero claramente se encuentra en estancamiento o decadencia pues



“Ahora destacan las comunitarias, especialmente las de los colectivos indígenas y étnicos con una filosofía de participación ciudadana y de conversión en actores sociales”

tarda más en modernizarse y en asumir las novedades técnicas por su formatos y sus contenidos más tradicionales y generalistas (programas informativos y magazines fundamentalmente) que tratan de llegar al mayor números de oyentes.

Frente a la radio generalista, las emisoras especializadas que dominan en FM están teniendo un éxito muy llamativo pues se dirigen a un oyente más concreto y con intereses más definidos.

Las radios comunitarias

Se trata de emisoras destinadas a la organización de colectivos sociales, como las creadas en su día por las poblaciones mineras de Bolivia. Ahora destacan las comunitarias, especialmente las de los colectivos indígenas y étnicos con una filosofía de participación ciudadana y de conversión en actores sociales de los grupos sociales y étnicos más relegados de la centralidad económica del país.

En algunos países como Bolivia, Ecuador, el sur del Perú y Guatemala este tipo de emisoras está teniendo mucho éxito, sobre todo en su implantación. Son los casos de Onda Local, red de radios municipales bolivianas de la Federación de Asociaciones Municipales creada con el apoyo de instituciones como AECID y otras agencias de cooperación; y la Red de Radios de los Pueblos Originarios y la Red Patria Nueva, entregadas las primeras a las comunidades y sindicatos indígenas.

Las radios comunitarias, para la UNESCO, se caracterizan por el alto nivel de participación popular, tanto en la dirección como en la producción de contenidos y la característica decisoria.

La pervivencia de las radios populares

Fueron una experiencia surgida en los años 60 y 70 y aún a día de hoy perduran con fuerza en ciertos lugares. Tienen un perfil de emisoras rurales con ideologías alternativas, de izquierda sindical o religiosa, vinculadas algunas a la Teología de la Liberación.

En su origen, el fenómeno de las radios populares tuvo una doble vinculación: la primera vinculada a los sectores católicos que nace a partir de las experiencias de la radio educativa y la segunda vinculada al tema sindical, que, por ejemplo en Bolivia, hunde sus raíces en las emisoras mineras de los años 50 y 60.

Un ejemplo de esto es Ecuador, donde desde 1988, la Coordinadora de Radios Populares y Educativas de Ecuador (Corape) se centró en impulsar radios educativas, populares y comunitarias. Su objetivo es favorecer “la participación ciudadana en el proceso de reconocimiento de la cultura de sus pueblos, así como conseguir la democratización de la comunicación como eje central de sus actividades”. Se trata de 35 emisoras afiliadas y distribuidas en cuatro redes regionales -Amazónica, Quichua, Binacional y del Sur-, que alimentan con información a la Red Nacional de Corape.

“Los avances en la comunicación no suplantán sino que complementan a la radio”

6. CONCLUSIÓN: EL FUTURO DE LA RADIODIFUSIÓN

La radio en América Latina no solo no ha muerto, sino que todo indica que puede estar sabiendo adaptarse muy bien a los nuevos tiempos que le están dando una nueva oportunidad, la de reinventarse. Sobre todo porque la radio sigue ocupando un hueco que otros medios no pueden llenar: la audiencia sigue prefiriendo (o necesitando) de la radio, aunque ahora ya no sea en el hogar sino en momentos puntuales del día, en el ámbito del trabajo y, de manera creciente, utilizando la Web.

Los avances en la comunicación no suplantán sino que complementan a la radio, como señala Juan Carlos Gómez, director del Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana (Colombia), puesto que la llegada de nuevos formatos invita a que el medio y los profesionales del medio introduzcan cambios, obligados como están “a plantear estrategias y alternativas para no perder audiencia y eso redundará en beneficio de las audiencias que están buscando lo mejor. La calidad nunca va a reñir con la audiencia, nunca va reñir con la sintonía”.

¿Cuáles van a ser las claves del panorama radiofónico latinoamericano a corto y medio plazo?

- En primer lugar, los nuevos senderos de la radio apuestan por profundizar el vínculo entre el medio y el oyente. ¿Cómo?

- » Por un lado, el futuro de la radio caminará por la senda de la diversificación de la oferta para adaptarla a los diferentes nichos de población.

Algunas experiencias en América Latina siguen por ese camino y pretenden responder a ese fenómeno. Es el caso en Argentina de Vorterix, el último proyecto de Mario Pergolini, que combina radio, televisión y eventos en vivo; o Cienradios.com, del Grupo Clarín, que ofrece más de 400 hilos de contenido musical online agrupados por géneros, décadas o artistas, entre otras combinaciones.

- » La radio en América Latina se adapta también a los nuevos tiempos integrando cada vez más al oyente en los programas acercando así al medio con el consumidor.

Para Juan Carlos Gómez, el citado director del Observatorio de Medios de la Universidad de la Sabana, las nuevas propuestas de la radio matutina parten de la evolución de los medios de comunicación, generada por el surgimiento de las redes sociales y nuevos medios electrónicos.

La mejor manera de identificar qué quieren los oyentes para darles gusto

“Si bien el uso de la radio tradicional todavía sigue vigente, el centro de consumo de la radio se trasladó de la casa, un lugar fijo y estable, a las tablets, computadoras o celulares”

es, según Gustavo Gómez, de Caracol Radio, “haciendo lo que ellos hacen: oírlos. Midiéndoles la temperatura en la calle, en los taxis, en el correo electrónico, en las llamadas al aire, en Twitter... al oyente ¡hay que oírlo!”.

En el Perú, este formato lo tiene Radio Capital, perteneciente al conglomerado de RPP. La propuesta de Capital fue clara y directa desde el inicio: Darle voz al público mediante llamadas telefónicas para que expresen su opinión a lo largo de los programas. “Tu opinión importa” es el slogan que promueve esta actividad y se ha mantenido hasta la actualidad.

- En segundo lugar, el ámbito y la plataforma de relación entre el medio y el oyente van a cambiar, ya lo han hecho en realidad.

No solo cambia la relación entre el medio radiofónico y el oyente sino también la plataforma que sirve de apoyo a esa relación. Como señalaba muy acertadamente el diario La Nación de Argentina “el dial se mudó del espectro radiofónico a la Web, donde no hay AM ni FM. Allí compiten viejas fórmulas con nuevas propuestas, emisoras que reproducen la programación que ponen en el “éter” y nuevas alternativas que sólo se encuentran online”.

Esto se ha convertido en una tendencia muy marcada ya en algunos países y que a otros llegará más pronto que tarde (a medida que las clases medias emergentes ganen en capacidad adquisitiva y puedan acceder a las nuevas tecnologías). Según la medidora de audiencia ComScore, en diciembre de 2012 más de 3,6 millones de argentinos de más de 15 años escucharon radio a través de la Web (20% más que en 2011) y consumieron en promedio 3,16 horas. Ese dato sólo incluye a quienes lo hicieron desde ordenadores y no tiene en cuenta que muchos oyentes acceden ahora gracias al móvil mediante apps específicas, sea a través de redes 3G o de conexiones Wi-Fi.

“Si bien el uso de la radio tradicional todavía sigue vigente, el centro de consumo de la radio se trasladó de la casa, un lugar fijo y estable, a las tablets, computadoras o celulares, dispositivos móviles que nos permiten informarnos y entretenernos en tránsito”, asegura Pablo Salvatori, director de Marketing de Bataanga Media, cuya plataforma cuenta con 1,4 millones de usuarios registrados.

- Al cambiar la relación entre el oyente y el medio y la plataforma donde se da esa relación también va a cambiar lo que se consume, ya que la radio online es una radio muy segmentada y poco generalista.



Presente y futuro de Internet en América Latina

d+i LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUCCIÓN
2. CARACTERÍSTICAS DE INTERNET EN AMÉRICA LATINA
3. CONCLUSIONES: EL FUTURO DE LA RED EN AMÉRICA LATINA

1. INTRODUCCIÓN

La imprenta de Gutenberg desencadenó una “revolución” en las comunicaciones que marcó la evolución del hombre desde el siglo XV al XX, cuando apareció el cine y la radio primero, y la televisión después. En estos últimos lustros asistimos a una nueva revolución de las comunicaciones centrada en Internet. Como apunta el sociólogo y experto en las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, Manuel Castells “el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información (TICs), y el surgimiento y masificación de Internet, han cambiado la forma de relación y comunicación en todos los ámbitos de la vida humana, caracterizando una nueva era en el desarrollo de nuestras sociedades: la era de la información”.

Efectivamente, Internet posee múltiples aplicaciones más allá de la mera comunicación que afectan a los ámbitos personales, comerciales y también geopolíticos y geoestratégicos ya que representa una herramienta decisiva para el desarrollo y competitividad de las naciones. Tiene un enorme potencial para dinamizar la economía y, de hecho, **según el Banco Mundial, por cada aumento en un 10% de la penetración de Internet se puede incrementar el PIB nacional de los países emergentes entre un 1,21% y un 1,38%.**

Ante ese panorama cabe preguntarse cómo afronta y desde qué posición parte América Latina en el mundo de Internet. Cuáles son los retos que quedan por delante y los obstáculos a superar. Y analizar los senderos por los que transitará Internet en el futuro más cercano o el papel que le puede caber al Estado.

2. CARACTERÍSTICAS DE INTERNET EN AMÉRICA LATINA

Una de las regiones del mundo donde Internet tiene mayor proyección de crecimiento hacia el futuro más cercano (hasta 2020) es América Latina, debido a diversos factores:

- Parte, en la actualidad, de una menor presencia (poco más del 40% de los habitantes de América Latina es usuario de Internet, mientras que en el conjunto de la OCDE, los que tienen acceso rondan el 80%). Por lo tanto, se encuentra con un mayor campo a través del cual desarrollarse.

De hecho, según datos de Comscore (compañía de investigación de marketing en Internet), **Latinoamérica es la región que más creció entre 2012 y 2013**, en cuanto a usuarios en Internet (12%). En los últimos cinco años, la penetración de la banda ancha móvil en América Latina aumentó a una tasa anual del 127% y, cálculos de Cisco señalan que el número de suscripciones podría multiplicarse por cinco en apenas tres años, para llegar a más de 300 millones en el 2015.

- Además, **el mercado para Internet en la región está en alza** debido al crecimiento experimentado en estos países de las clases medias, las cuales poseen mayor capacidad de consumo, lo cual va a posibilitar que exista un mercado

en expansión y mayor número de población pueda acceder a Internet. La bonanza económica que vive la región no solo contribuye a la consolidación de esas clases medias sino también a la extensión del fenómeno de Internet.

- **El mercado de Internet en la región es, por su juventud, de gran futuro.** El perfil de usuario latinoamericano de Internet, como señala el informe de Comscore “Futuro Digital Latinoamérica 2013”, es el de un hombre joven (el 60% tiene entre 15 y 34 años, frente al 53% del resto del mundo), destacando los casos de Venezuela y Colombia donde casi el 50% de los usuarios no exceden de los 24 años.

Un uso que, dada esa edad, se centra sobre todo en las redes sociales (con un consumo de 10 horas) y en sitios como Facebook, en especial, seguida muy de lejos por LinkedIn, Twitter, Ask y Orkut. De hecho, cinco de los mercados más involucrados a nivel global en la redes sociales se encuentran en Latinoamérica (Brasil que lo lidera por encima de Rusia, Argentina, que ocupa el tercer puesto por encima de Turquía, Perú en séptima posición y México y Chile en novena y décima). Tras las redes sociales lo más seguido y consultado son los portales (4,50 horas), los servicios (4,18) y el entretenimiento (4,10).

“El mercado para Internet en la región está en alza debido al crecimiento experimentado en estos países de las clases medias”

“La brecha digital por oferta provoca que existan serios obstáculos que dificultan transformar esa demanda latente en nuevos usuarios reales”

Además, el perfil de consumidor de Internet en América Latina es no solo de un joven, muy involucrado en las redes sociales sino también un usuario interesado por la actualidad (el 85% consulta sitios de noticias) y consumista (las compras on line han aumentado: el 74% de la población latinoamericana en Internet visita webs de temática comercial y ha crecido el número un 16% en un año).

Pero, ¿qué otras características reúne Internet en América Latina?

Las características principales son un alto crecimiento de la audiencia, con baja y heterogénea penetración aún y una brecha digital tanto de demanda como de oferta que provoca una lenta conexión a la red.

Rápido crecimiento de los usuarios, con baja penetración

La audiencia latinoamericana en Internet, según el citado informe de ComScore, creció un 12% entre marzo de 2012 y marzo de 2013. Una penetración que fue mayor en acceso a Internet por telefonía móvil, que creció en más de un 100% en los últimos años, y menor en lo relativo a banda ancha de Internet. Todo esto sitúa a Latinoamérica en el primer puesto en crecimiento de usuarios de la red. Le siguen la región de Asia-Pacífico con un 7%, Europa con un 5%, Medio Oriente-África con un 3% y Estados Unidos y Canadá con un 1%.

Pero a la vez, solo representa el 9% de la audiencia global en el mundo (el 41% está en Asia, el 27% en Europa, el 14% en Norteamérica). Los 147 millones de usuarios latinoamericanos están muy lejos de los 644 millones en Asia, los 412 en Europa, los 216 en Norteamérica, y solo supera a los 134 de África.

Existencia de una doble brecha digital

Ese contraste entre un alto crecimiento de usuarios que se percibe año a año, pero con una escasa penetración aún, se debe a la existencia y persistencia de dos brechas que todavía arrastra la región: Una brecha digital de oferta y otra brecha digital de demanda, las cuales provocan que el número de usuarios esté muy por debajo de sus posibilidades potenciales.

- La brecha digital por oferta provoca que existan serios obstáculos que dificultan transformar esa demanda latente en nuevos usuarios reales.

Se debe a varios factores:

La oferta es muy deficiente por el escaso despliegue de redes fijas a causa de las carencias en cuanto a infraestructuras y el insuficiente despliegue de redes fijas, las cuales resultan vitales para el desarrollo de este servicio.

Como señalan los académicos Raúl L. Katz y Hernán Galperin en el informe de la CEPAL, “de nada sirven las políticas

“Uruguay destaca por ser el país de América Latina en mejor posición en cuanto a la velocidad con la que se puede navegar por Internet”

públicas para masificar el acceso, si no existe un desarrollo en paralelo de las infraestructuras. De hecho, el actual retraso en la conexión de líneas de banda ancha fija se debe a la falta de inversiones en infraestructura”. Además, la carencia de infraestructuras adecuadas y suficientes está detrás de la lenta llegada de los sistemas 3G y 4G a la región.

Esta brecha de oferta por carencia de infraestructuras suficientes provoca otro de los graves problemas de Internet en la región, la **lenta velocidad de conexión**. En América Latina la velocidad promedio de banda ancha es de tres megabits por segundo, mientras en los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) es de 20 megas y en Corea del Sur de 100 megas.

Uruguay destaca por ser el país de América Latina en mejor posición en cuanto a la velocidad con la que se puede navegar por Internet. Según la herramienta Net Index de la empresa Ookla, Uruguay es el país con mayor velocidad promedio en toda América Latina, ubicándose en el puesto 57 a nivel global, por encima de Chile (58), México (71) y Brasil (75).

La velocidad media regional de conexión esconde grandes disparidades entre los distintos países. Según NetIndex, una consultora que realiza

estudios de velocidad, en Uruguay, la conexión media alcanza los 15,5 Mbps. A continuación se sitúa Chile, donde la velocidad promedio es de 8,8 Mbps.

Brasil y México encabezan junto con Uruguay y Chile el ranking a nivel regional. Ambos países cuentan, además, con altos porcentajes de penetración de Internet entre su población. En México, este índice alcanza 52 millones de habitantes, el 46% según datos del Instituto Tecnológico de Monterrey. Brasil es el quinto país con mayor cantidad de conexiones del mundo (94,2 millones de usuarios, 80 millones de los cuales acceden a través de banda ancha).

Paraguay y Colombia se encuentran ambos en el rango de los 4 a 5 Mbps, Perú en los 3,35 Mbps y Ecuador alcanza los 5,88 Mbps promedio.

En el otro extremo se encuentra Bolivia, uno de los países menos conectados del continente, en el que el 34,2% tiene acceso a la red y la conexión promedio alcanza los 1,58 Mbps.

Venezuela, por otra parte, comparte con Bolivia la baja velocidad de sus conexiones. A 1,94 Mbps es el penúltimo país en cuanto a calidad de navegación.

Otro caso llamativo en la región es el de Argentina, que tiene una alta penetración del 68% y una baja velocidad de 4,61 Mbps.

“Desde 2010, el precio de la conexión ha caído y la calidad del servicio ha mejorado”

- **Brecha digital por demanda**

Además de una brecha digital por oferta, que hemos analizado hasta ahora, existe una por demanda, debido a la escasez de ingresos de una gran parte de la población o por su escasa educación y preparación.

Se trata de una elevada brecha de demanda ya que para los países latinoamericanos asciende a 50 puntos porcentuales: **menos de la mitad de los hogares latinoamericanos están cubiertos por el servicio de banda ancha fija.**

En el segmento de Internet a través del móvil, la brecha de demanda es aún mayor, alcanzando, según la CEPAL, 63 puntos porcentuales.

Los principales causantes de esta brecha por demanda están relacionados con:

- » **La asequibilidad del servicio**

La brecha socioeconómica muestra que las conexiones a Internet son muy caras para el nivel de ingreso de los hogares o requieren del consumo de otros bienes, como ordenadores o teléfonos móviles, cuyo costo es también elevado.

Las variables económicas, por lo tanto, explican la brecha de demanda en los países de la región, aunque de todas formas, se

ha venido produciendo una progresiva reducción de esa brecha de penetración según nivel socioeconómico. Esto debido a la bonanza económica que experimenta la región desde 2003 y al incremento de las clases medias con mayor capacidad de consumo en algunos países como Brasil, Costa Rica, Chile y Uruguay. Por el contrario, en México la tendencia revela una consolidación de las brechas según los niveles de ingreso.

Además, desde 2010, el precio de la conexión ha caído y la calidad del servicio ha mejorado. A finales de la pasada década, la región tenía un acceso a la web muy deficiente y hasta 20 veces más caro que en los países desarrollados. En cuatro años el valor del mega se redujo en un 47% en Argentina y en Uruguay, Brasil y Ecuador, esa bajada superó el 80%.

La bajada del costo se debe a un incremento de la competencia entre los proveedores del servicio, a los programas gubernamentales de promoción del acceso en escuelas o zonas rurales, que han estimulado la demanda, y a mejoras en el marco regulador.

De todas formas, un estudio realizado por la

“A mayor educación, mayor adopción de Internet y banda ancha”

Unidad de Innovación y Tecnología (TIC) de la CEPAL en el que compara el costo de banda ancha entre países de Europa y de América Latina concluye que el servicio en Europa aún es mucho más barato.

El estudio arroja que Panamá registra la tarifa más barata con un promedio de U\$S 10,23. Uruguay es el segundo país con la tarifa más barata con un promedio de U\$S 12,31, lo que equivale a 1,23% del PIB. En Europa los precios son bastante inferiores (U\$S 4,53 de promedio en España, 0,18% del PIB, o en Francia la tarifa llega a U\$S 2,07, lo que equivale al 0,06% del PIB).

» El escaso interés y la falta de habilidades

El escaso interés y la falta de habilidades está vinculado directamente a los niveles educativos y a la edad, que influyen en esa brecha de demanda. A mayor educación, mayor adopción de Internet y banda ancha.

Los datos de uso de Internet sugieren la existencia de un umbral alrededor de los 30 años, a partir del cual se reduce significativamente el nivel de adopción de esta tecnología,

tanto dentro como fuera del hogar.

En resumen, algunos autores, como Raúl L. Katz y Hernán Galperín, sostienen que “sin negar que existe una cierta relación de causalidad entre inversión y brecha, es importante resaltar que una de las variables fundamentales que explican la brecha digital no está ubicada en la oferta sino en la demanda... al nivel de ingresos, el nivel de educación alcanzado por el individuo o jefe de familia, y la edad del individuo o la composición etaria del hogar como los principales predictores de la adopción de dichos servicios (Hauge y Prieger, 2010).

Diversos estudios sugieren que también intervienen otros factores, en muchos casos específicos a distintos países o regiones. Por ejemplo, Navarro y Sánchez (2011) revelan que caeteris paribus ser mujer reduce en un 6% la probabilidad de uso de Internet en América Latina.

En Estados Unidos, diversos estudios revelan la importancia de factores como el grupo étnico y el dominio del idioma inglés (Ono y Zavodny, 2008, NTIA, 2011). Otros

“Argentina, Chile y Uruguay encabezan la lista en cuanto a penetración de Internet en América Latina”

factores como la localidad geográfica (rural vs. urbana), la presencia de niños en edad escolar y la tasa de penetración en la localidad geográfica del individuo u hogar (principalmente el efecto de red) son también identificados en la literatura académica como determinantes de la adopción de Internet (Chaudhuri y Flamm, 2005; Vicente y López, 2006; Grazzi y Vergara, 2011)”.

- **Grado de Penetración país a país**

El pasado año, América Latina alcanzó los **255 millones de usuarios de Internet**, lo que representaba un **43% de la población**. El uso de Internet crece a ritmo acelerado y la penetración superará el 53% en 2016, cuando en 2011 era

del 37%, según información estadística de eMarketer. **Esto representa un crecimiento del 13% anual, muy superior al de cualquier otra región del mundo.**

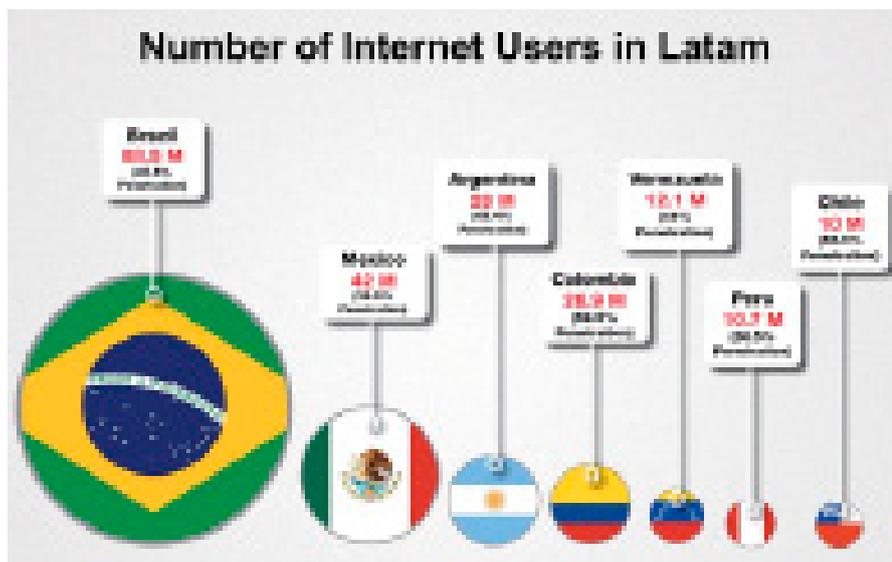
Pero esa cifra esconde realidades muy diferentes a lo largo y ancho de la región: Así, Argentina, Chile y Uruguay encabezan la lista en cuanto a penetración de Internet en América Latina.

Según información estadística de eMarketer, Argentina es el país con mayor penetración de la región. El 66,4% de su población es usuaria de Internet. Le siguen Colombia con el 59,5%, Chile con el 58,6% y Uruguay, con un 51,4%.

En realidad, la población de Internet en América Latina va en proporción al país y al número de habitantes del mismo. Así de los 255 millones de usuarios en la región 88 millones están en el país más poblado (Brasil), seguido de México con 42 millones, Argentina con 28, Colombia con 26, Venezuela, Chile y Perú con más de 10 millones.

En cuanto a la banda ancha, Chile tiene la mayor tasa de penetración de Internet por banda ancha de dos megabytes o más en las conexiones fija y móvil de América Latina, según el informe “Barómetro Cisco de banda ancha 2.0”. En 2012, el 11,3% de los chilenos tenía acceso a la banda ancha seguidos de Argentina, con el 7,5%, Brasil (5,6%) y Colombia (4,1%).

Fuente: Wireless Intelligence.



“Uno de los retos de las economías latinoamericanas, a medio plazo, consiste en diversificarse, modernizarse y ganar en competitividad, reduciendo costes”

Mientras que en América Latina y el mundo el principal punto de acceso a Internet sigue dándose a través de ordenadores de escritorio o laptops, en México destaca el fenómeno contrario. De acuerdo con los datos de la empresa analista de mercado ComScore, en el país la mayor parte de la conectividad se lleva a cabo a través de móviles. En México, 9.4% de los 42 millones de internautas se conectan a Internet a través de un teléfono inteligente mientras que en Brasil lo hace 4.4% de la población, en Argentina 5% y en Chile 8.2%, según datos de la analista.

- **Sistemas operativos**

En cuanto a los sistemas operativos cabe destacar que Android es el primero en América Latina aunque con una excepción, México.

Apple (iOS) lidera con 40.5% del mercado en México mientras que los dispositivos que operan con Android ya llegan a tener 40% de penetración en el país.

Esta pelea no sucede en otros países de la región latinoamericana; por ejemplo, en Chile, Android lidera con 61%, en contraste con el 30.7% de iOS. En Argentina, Android tiene 52.4% e iOS el 19.3%. En Brasil, Android tiene 42.5% de penetración en el mercado móvil, mientras iOS tiene 40.8%.

Otro dato que cabe destacar es el tipo de dispositivos móviles más frecuentemente usados para acceder a la red. Mientras en México los más extendidos son dispositivos Apple, en el resto de la región es más frecuente usar aparatos con el sistema operativo Android.

3. CONCLUSIONES: EL FUTURO DE LA RED EN AMÉRICA LATINA

El futuro de la red en América Latina pasa por romper con las brechas digitales señaladas que afectan actualmente a su implantación.

Es claro que uno de los retos de las economías latinoamericanas, a medio plazo, consiste en diversificarse, modernizarse y ganar en competitividad, reduciendo costes. Esa modernización y mayor competitividad pasa, entre otras cosas, por fomentar las nuevas tecnologías y el uso de Internet en ámbitos como el comercio, los procesos industriales y la política.

Así, en el corto plazo, deberíamos en América Latina asistir a:

Un incremento de las políticas públicas

Para acabar con la brecha digital que se ha señalado anteriormente es necesario poner en marcha, en el corto plazo, un conjunto de políticas públicas que incentiven y propicien la extensión de la banda ancha entre la población.

“Todo indica que la universalización de la banda ancha se dará, principalmente, a través de las plataformas móviles”

Está demostrado, por diversos estudios académicos, que el uso de Internet posee claros efectos económicos (contribuye a la generación de empleo, aumenta la productividad, incorpora a nuevos sectores de la población al mercado e impulsa la terciarización) y sociales (aumenta el ingreso medio de los hogares reduciendo los niveles de pobreza puesto que la CEPAL asegura que un aumento de un punto porcentual en la penetración regional de banda ancha resulta en un aumento de 2,96% en el ingreso medio de los hogares).

Como apunta Raúl Katz “a mayor penetración de banda ancha, mayor será el impacto de su expansión en el crecimiento del PIB...la maximización del impacto econó-

mico de la banda ancha depende de un aumento significativo de su penetración... un aumento de 1% en la penetración de banda ancha contribuye 0,0158% al crecimiento del PIB”.

Unas políticas públicas que además deben ir encaminadas a favorecer el incremento de la mano de obra cualificada (un aumento de 1% en la mano de obra calificada aumenta el PIB en 1,15%) y a impulsar las infraestructuras para lograr la reducción de la tarifa del abono pues, según señala la CEPAL, “una reducción de 10% en los precios de la banda ancha aumentaría la penetración más de 21%”.

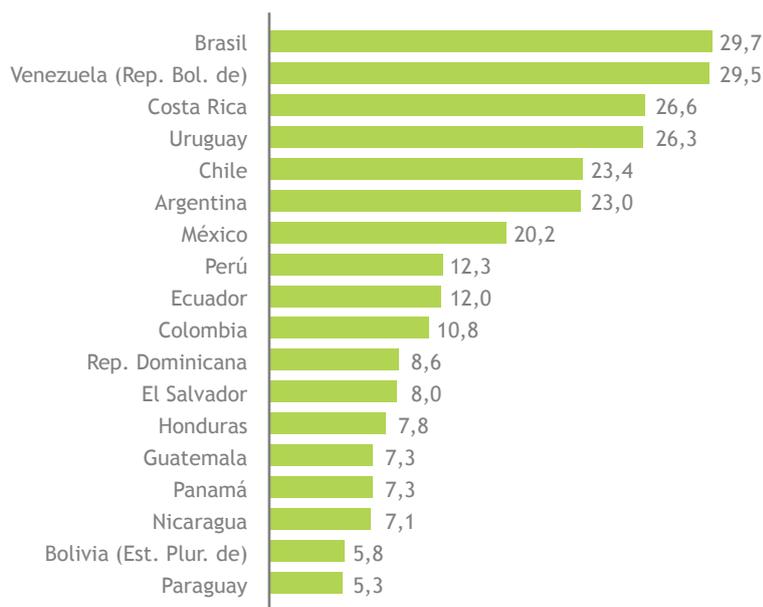
En definitiva, Hernán Galperin, Judith Mariscal y María Fernanda Viécens en el citado informe de la CEPAL creen además que “así como el Estado cumplió un rol clave en el desarrollo de las redes eléctricas, los sistemas de transporte y la propia red de telecomunicaciones hasta los años ochenta, el nuevo consenso llama a los gobiernos a asumir un rol similar en la modernización de la infraestructura de telecomunicaciones en el siglo XXI”.

El futuro de la conexión a Internet en América Latina pasa por el móvil

Todo indica que la universalización de la banda ancha se dará, principalmente, a través de las plataformas móviles. No hay que olvidar que el 85% de la población de Sudamérica y el 84% de la población de Centroamérica tiene teléfono celular.

PENETRACIÓN DE SERVICIOS 3G A JUNIO DE 2012

(Accesos por cada 100 habitantes)



Fuente: Wireless Intelligence.

“El futuro no se encuentra tanto en la tecnología 3G sino en el siguiente estadio, la 4G”

El académico especializado en nuevas tecnologías de la información, Ernesto M. Flores-Roux señala que “a finales de 1995, América Latina tenía en operación tan sólo 3,6 millones de terminales móviles, es decir, una penetración de 0,77%. Estados Unidos y la Unión Europea contaban con 33,8 millones (12,7%) y 22,1 millones (4,6%) respectivamente, una penetración 16 y 6 veces mayores que en la región latinoamericana. Quince años después, esa diferencia ya no existe; de hecho, América Latina tiene, por cada 100 habitantes, más teléfonos móviles que Estados Unidos... la convergencia en niveles de penetración es un fenómeno de los últimos seis años”.

Muchos expertos consideran que “en su día la telefonía móvil sirvió en América Latina para masificar la telefonía de voz en América Latina. Ahora, en esta segunda década del siglo XXI la banda ancha móvil cumpliría un papel similar universalizando el acceso a “la red global de la información y el conocimiento”.

Pero para que ello ocurra la conexión a redes de banda ancha móvil (3G y 4G) que pasó de sólo 2,4 millones de conexiones en el primer semestre de 2007, a 117 millones en 2012 —una tasa anual de crecimiento compuesto que fue un impresionante 92%— debe aumentar pues los países que tienen la mayor penetración (caso de Brasil o Venezuela) apenas llegan al 30%.

Como muestra el cuadro de la página anterior, aún hay una gran heterogeneidad en materia de adop-

ción de la tecnología 3G entre los diferentes países y esto parece tener una explicación que va más allá de sus niveles de riqueza.

Algunos autores defienden que “una parte importante del crecimiento de la tasa de penetración no está explicada por el ingreso per cápita, sino por el tiempo de existencia de las redes. Además, la penetración explicada por el tiempo se incrementa a medida que aumenta la antigüedad de las redes, lo que es de esperarse durante el período de adopción de la tecnología. Es decir, un lanzamiento más temprano garantiza una adopción más temprana y más acelerada, independientemente de cuán rico sea un país o el estado de desarrollo en que se encontraba la tecnología precedente”.

Pero el futuro no se encuentra tanto en la tecnología 3G sino en el siguiente estadio, la 4G.

Las redes 4G LTE comenzaron en Puerto Rico y Brasil en el año 2011 y en 2013 en total ya había 12 países con redes 4G funcionando en América Latina, según 4G Americas. Este crecimiento va unido con el incremento de las ventas de smartphones y tabletas en un 34%, de acuerdo a la consultora IDC. Cisco estima que el tráfico a través de redes móviles aumentará 13 veces durante los próximos 5 años.

La penetración de la tecnología 4G llega a menos de 1% en América Latina, alrededor de 250 mil suscripciones, frente a América del Norte que es líder

“La Política 2.0 se ha constituido de manera creciente en una nueva herramienta para la realización de las campañas electorales”

del mundo en ese sentido con una penetración de 18,3%.

De todas las suscripciones móviles que había en América Latina a fines de 2012, aproximadamente el 80% correspondían a voz y 17% de datos (3G). Para 2017, se espera que la voz va a representar solamente un 30% de suscripciones móviles y el otro 70% va a ser básicamente 3G y 4G.

El consumo en Internet en el futuro va a estar muy centrado en el retail que entre 2012 y 2013 ya aumentó en un 16% con una audiencia de 109 millones alcanzando al 74% del mercado potencial, frente a más del 94% que existe en Estados Unidos. Ahí existe por lo tanto un amplio terreno sobre el cual crecer y desarrollarse.

Internet y política

Por último, y ajeno a la economía, ya es un hecho que Twitter y Facebook están teniendo un claro impacto en el mundo político, la llamada la Ciberpolítica (o Política 2.0). Los presidentes dan su opinión casi al instante a través de Twitter y logran seguidores en las redes sociales.

El politólogo Gabriel R. Otazo señala que “puede afirmarse que los líderes políticos se ven influidos por estas transformaciones, que

les exigen el despliegue de nuevas estrategias de adaptación: una mayor rapidez y oportunidad en la administración de la información, la elaboración de mensajes crecientemente segmentados (es decir, adecuados a las particularidades de un electorado cada vez más diverso) y el desarrollo de nuevas capacidades en la administración del diálogo público (Lanza, 2010). Latinoamérica no es ajena a este fenómeno: la Política 2.0 se ha constituido de manera creciente en una nueva herramienta para la realización de las campañas electorales”.

De hecho, ya se ha podido asistir en América Latina a movilizaciones convocadas a través de “sms” o se puede conocer al instante cuál es la opinión de líderes como Cristina Kirchner, o el fallecido Hugo Chávez vía Twitter.

Así pues, en el futuro cercano (2014-2018) vamos a asistir en América Latina a un incremento y homologación del uso de Internet al resto del mundo apoyado en la mejoría económica y ascenso social de una parte de la población. Unos sectores que van a utilizar las conexiones móviles de 4G para acceder a la red lo cual va a dinamizar y dar mayor centralidad a las ventas comerciales a través de Internet haciendo más competitiva la economía de la región.



Los nuevos senderos del movimiento indígena: protesta ambientalista

d+i LLORENTE & CUENCA



1. INTRODUCCIÓN: 30 AÑOS DE MOVIMIENTO INDÍGENA
2. CAUSAS DEL RENACIMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA INDÍGENA (1980-1992)
3. LAS PRIMERAS OLEADAS DE MOVILIZACIONES INDÍGENAS (1990-2003)
4. CRISIS Y CAMBIO DEL MOVIMIENTO INDÍGENA
5. LA RUPTURA ENTRE LA IZQUIERDA Y EL INDIGENISMO AMBIENTALISTA
6. MAPA DE LAS PROTESTAS INDÍGENAS ACTUALES
7. CONCLUSIONES

1. INTRODUCCIÓN: 30 AÑOS DE MOVIMIENTO INDÍGENA

La emergencia y visibilidad de lo indígena es uno de los fenómenos políticos y étnico-sociales más importantes en la historia reciente de América Latina. Se trata de un hecho que corrió paralelo a la democratización de los países latinoamericanos en los años ochenta. Si bien hundía sus raíces desde comienzos del siglo XX, fue en el último cuarto de la pasada centuria cuando los propios intelectuales y líderes indígenas tomaron las riendas del movimiento y se convirtieron en un nuevo actor político, logrando introducir sus demandas en las agendas políticas nacionales, mediante una intervención política directa.

Hace 30 años, coincidiendo con las transiciones a la democracia (en los años 80) y la definitiva consolidación de la misma (los años 90) aparecieron los movimientos indigenistas, con especial fuerza e intensidad en Ecuador y Bolivia, y con menor capacidad de expansión en otros países como México, Guatemala, Brasil, Perú y Chile.

Se experimentó en esa época un inusitado auge del activismo indígena (el llamado “despertar de la cuestión indígena”) con el ascenso de estos movimientos y su abanico de nuevas reivindicaciones relacionadas con temas como la territorialidad, la autonomía y la diversidad cultural. Además, sus propias reivindicaciones no hacían sino poner en cuestión el tradicional modelo de estados liberal-republicanos creados en el siglo XIX, debido a su rechazo a la homogeneidad cultural y la universalidad de los derechos ciudadanos.

Pero su historia desde los años 70 hasta la actualidad ha estado lejos de ser lineal. Ha atravesado, como se va a ver a continuación, por diferentes momentos y estrategias hasta llegar a la actual coyuntura.

“El proceso de democratización, iniciado en los 80, y que se consolidó a escala regional en los 90, abrió oportunidades para el protagonismo político de nuevos actores organizados desde la sociedad civil, entre ellos los sectores indígenas”

2. CAUSAS DEL RENACIMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA INDÍGENA (1980-1992)

En el contexto de los años 80, los movimientos políticos indígenas se organizaron y crearon sus propias fuerzas políticas que buscaban la autonomía y el reconocimiento a su identidad, el incremento de su influencia e incluso la toma del poder vía electoral (caso de Ecuador desde 1996) o por las armas (rebelión zapatista en Chiapas en 1994).

En esas décadas el movimiento tuvo éxitos indudables como recuerda el académico Salvador Martí: “La irrupción del movimiento zapatista y el discurso del Sub-comandante Marcos desde la segunda hasta la sexta Declaración de la Selva Lacandona; el marcado acento multicultural del Acuerdo de Paz Firme y Duradera firmado en Guatemala en 1996; la articulación y el protagonismo de la confederación de organizaciones indígenas panandinas en Ecuador; la intensa movilización de las organizaciones aimaras y quechuas en Bolivia; la movilización de los mapuches en Chile; y el impacto mediático de algunos líderes de pueblos de la cuenca amazónica. Todos estos casos son una muestra de la trascendencia que ha ido cobrando este fenómeno en América Latina”.

Pero, ¿por qué se dio ese auge de los movimientos indígenas en los años ochenta y noventa?

Al menos, se pueden entresacar cuatro factores:

La apertura democrática

El proceso de democratización, iniciado en los 80, y que se consolidó a escala regional en los 90, abrió oportunidades para el protagonismo político de nuevos actores organizados desde la sociedad civil, entre ellos los sectores indígenas. En definitiva, la democratización facilitó que la sociedad civil tuviera mayor protagonismo frente a un Estado con un perfil menos autoritario y que veía sus competencias reducidas tras las reformas estructurales de los años 90.

En un informe coordinado por Heraldo Muñoz, Director del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), se señala que “en el escenario sociopolítico latinoamericano de fines de la década de 1970 y comienzos de la de 1980, los procesos de transición de las dictaduras hacia las democracias y la lucha por los derechos ciudadanos, reflejados en las demandas que surgieron de distintos sectores sociales, adquirieron un lugar central en la esfera pública. Surgen en esta coyuntura los llamados nuevos movimientos sociales latinoamericanos (Calderón y Jelin, 1987: 84): “acciones colectivas con alta participación de base que utilizan canales no institucionalizados y que, al mismo tiempo, van elaborando sus demandas, van encontrando formas de acción para expresarlas y se van constituyendo en sujetos colectivos, es decir, reconociéndose como grupo o categoría social”.

“El nacimiento de una élite intelectual indígena urbana sirvió para dar soporte ideológico y establecer redes de apoyo a las movilizaciones tanto en el interior de cada país como en el exterior”

Reacción a los cambios económicos y sociales provocados por las reformas “neoliberales” de los años 90.

Esas reformas de los 90 provocaron que el Estado se retirara de muchos ámbitos, hueco que fue ocupado por la sociedad civil. Resurgieron en ese contexto propicio grupos locales indígenas hasta ese momento mediatizados o cooptados por el Estado, los cuales establecieron relaciones directas con una gran variedad de actores internacionales (gobiernos, organizaciones no gubernamentales, iniciativas de entes municipales...).

En ese sentido, los planteamientos de los grupos indígenas encontraron acogida y respaldo material e intelectual, desde fines de la década de 1970, entre la Iglesia católica (fue muy importante el papel que tuvieron, por ejemplo, los curas salesianos en Ecuador) y las organizaciones no gubernamentales (ONG).

Asimismo, el modelo económico cambió y se pasó de las políticas de Industrialización por Sustitución de Importaciones, propias de los años 40, 50 y 60, a nuevas políticas de corte “neodesarrollista”, extractivista y de explotación de los recursos naturales que afectaba los intereses de los sectores indígenas rurales, donde suelen encontrarse los recursos mineros, y que contribuyeron a acelerar su movilización.

Esos cambios, como argumenta el sociólogo Fernando Calderón, formaban parte de “una serie de

transformaciones en la estructura social de los distintos países, cuyos principales rasgos serían: a) complejización de las asimetrías en los patrones de inclusión y exclusión social, tanto en el plano simbólico como en el material; b) cambios en las instituciones básicas de la socialización y de las formas y estructuras comunicativas; c) incorporación de nuevos temas en la agenda política y socioeconómica, sobre la base de demandas culturales, en particular los derechos multiculturales, asociadas con las nuevas asimetrías de la exclusión social; y d) desarrollo de nuevas especificidades informacionales de los mecanismos de exclusión debido al impacto de la globalización”.

El nacimiento de una élite intelectual indígena urbana sirvió para dar soporte ideológico y establecer redes de apoyo a las movilizaciones tanto en el interior de cada país como en el exterior.

El favorable contexto internacional

El crecimiento del indigenismo se vio favorecido, a escala internacional, por diversos hechos ocurridos en la década del noventa que comenzó con la conmemoración del V Centenario, efeméride que provocó la polarización y exacerbación de los sentimientos a favor y en contra de tal fecha. Fue un motivo para la movilización y las protestas que además se vieron avaladas con la concesión del Premio Nobel de la Paz a una indígena (la guatemalteca Rigoberta Menchú) el mismo año 1992.

“Mientras que las demandas campesinas se enfocaron en la reforma agraria, hoy los indígenas rescatan esencialmente su derecho al reconocimiento y a la afirmación de su identidad”

En paralelo, en el año 1992, en el marco de la Cumbre de Presidentes de Iberoamérica, se firmó en Madrid el acuerdo para crear el Fondo de Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe, a la vez que el Banco Interamericano de Desarrollo, BID, destinó recursos humanos y financieros para apoyar proyectos en esta área. Igualmente la Organización de Estados Americanos decidió encomendar a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, la elaboración de un proyecto de Declaración Interamericana de los Derechos de los Pueblos Indígenas.

Uno de los cambios más importantes y de mayor trascendencia fue la convención 169/89 de la Organización Internacional del Trabajo en la que se reconocía que las prioridades en materia de desarrollo serían marcadas por los propios pueblos indígenas. En sus artículos 6, 7 y 15 se diseñaban mecanismos de participación, el derecho de consulta y el consentimiento previo para que los pueblos indígenas pudieran defender sus derechos estatuarios y qué modelo de explotación desean implementar en sus territorios. Se han creado, a partir de ahí, fórmulas para que los indígenas puedan incidir en las decisiones cuando sus territorios sean objetivo de empresas o de la administración estatales con el fin de extraer recursos.

Por último, no hay que olvidar el aumento de la producción académica centrada en temas indígenas en los 90 (aunque desde los 60-70 venía creciendo de forma considerable) con un ses-

go claramente favorable a las reclamaciones indígenas lo cual en algunos casos se tradujo en una idealización de los valores, cultura y modos de vida indígenas.

Todo ello favoreció que se produjera un gran cambio y transformación en cuanto a los objetivos y la propia coherencia ideológica interna del movimiento pues como señala José Bengoa “mientras en el pasado -especialmente las décadas de 1960 y 1970- los indígenas reivindicaban su identidad campesina y de clase, en el presente las organizaciones han puesto de relieve sus particularidades étnicas. Mientras que las demandas campesinas se enfocaron en la reforma agraria, hoy los indígenas rescatan esencialmente su derecho al reconocimiento y a la afirmación de su identidad. Mientras en la primera parte del siglo pasado los actores más activos políticamente y con mayor visibilidad en la escena nacional eran los campesinos que fueron sujetos”.

3. LAS PRIMERAS OLEADAS DE MOVILIZACIONES INDÍGENAS (1990-2003)

Tras el renacimiento del movimiento indígena ocurrido en los años 80 y el impulso experimentado a comienzos de la siguiente década, llegó el momento del despliegue y crecimiento en los 90. A lo largo de esos años se pudo ir comprobando que ese movimiento se caracterizaba por su heterogeneidad y por la diversidad en sus demandas y estrategias con especificidades propias y variedad de situaciones de país a país.



“La legitimidad del movimiento indígena creció sobre todo en momentos en que no existían actores sociales o populares predominantes en la escena pública y la crisis de legitimidad política se incrementaba”

De todas maneras, sí es posible encontrar ya en los 90 una serie de importantes paralelismos y continuidades a escala global en toda la región. Las aspiraciones de estos movimientos se dirigían en varias direcciones reclamando derechos económicos, sociales, culturales así como derechos civiles y políticos.

A lo largo y ancho de la región, con mayor o menor intensidad, se vivieron ejemplos de este tipo de “despertar indígena”, aunque fue en Ecuador donde arraigó con más fuerza.

Los indígenas ecuatorianos crearon en los 80 una fuerte organización sindical, la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, que aglutinaba a las organizaciones indígenas regionales más representativas como ECUARUNARI (Confederación de los pueblos de la nacionalidad Quichua) o la CONFENAIE (Confederación de los pueblos y nacionalidades de la Amazonía). Luego en los 90 (1995) nació el brazo político, Pachakutik.

A inicios de los años 90, la CONAIE organizó el primer levantamiento indígena de la época contemporánea defendiendo propuestas de pluriculturalidad y de plurinacionalidad. Luego, tuvo lugar la marcha de los pueblos indígenas de Pastaza en 1992, y los actos de rechazo al V Centenario del Descubrimiento que otorgaron al proceso de constitución de la CONAIE, una dimensión nacional e incluso internacional.

Sobre esa base trató de dar el salto a la arena política a través de un partido político, Pachakutik: una organización que consiguió el 20% de los votos en las presidenciales de 1996 y el 14% en 1998. Participó activamente en el golpe de Estado de 2000 contra Jamil Mahuad y en coalición con el partido de Lucio Gutiérrez alcanzó el poder en 2003.

Como señala el sociólogo Jorge León Trujillo la legitimidad del movimiento indígena “creció sobre todo en momentos en que no existían actores sociales o populares predominantes en la escena pública y la crisis de legitimidad política se incrementaba. Es entonces cuando las organizaciones indígenas logran captar el espacio de la contestación dejado por las organizaciones sindicales, a través de la protesta como expresión del descontento social. Protesta a la que se sumaron reivindicaciones populares, gracias a las cuales los indígenas construyeron una imagen que encarnaba la ética y finalmente, visos puntuales de un interés general en contra de la tendencia desreguladora entonces predominante”.

Todas estas movilizaciones indígenas de finales de los 80 y los 90 tuvieron muy evidentes efectos políticos y legislativos pues fue acompañada de una oleada de reconocimientos constitucionales de los derechos indígenas, por parte de los Estados en la década de los noventa. Las protestas convirtieron, además, a los indígenas

“De las movilizaciones de los 80 y 90, el movimiento indígena extrajo como resultado el derecho de los pueblos indígenas a determinar su propio desarrollo”

en interlocutores públicos lo que les permitió modificar propuestas o políticas gubernamentales.

Es lo que Donna Van Cott, de la Universidad de Connecticut llama nuevo tipo de constitucionalismo “multicultural” en América Latina en el que se reconoce formalmente la naturaleza multicultural de las sociedades y la existencia de pueblos indígenas como colectivos subestatales distintos; se reconoce la ley consuetudinaria indígena como oficial y como derecho público así como los derechos de propiedad sobre las tierras comunales. También se reconoce el estatus oficial de las lenguas indígenas en el territorio y los espacios donde los pueblos están ubicados, se garantiza una educación bilingüe y el derecho a crear espacios territoriales autónomos.

Este “constitucionalismo multicultural” tuvo traducciones concretas en 1991, en Colombia, donde una nueva Constitución incorporó la cuestión indígena: “el Estado reconoce y protege la diversidad étnica y cultural de la Nación colombiana”. Luego, otros países siguieron el mismo camino. Por ejemplo, la reforma Constitucional de Argentina (1994) reconocía la “preexistencia étnica y cultural de los pueblos indígenas argentinos”. La de Bolivia ya en 1994, antes del ascenso de Evo Morales, ya definía al país como “una nación libre, independiente, soberana, multiétnica y pluricultural, constituida en República unitaria, (que) adopta para su gobierno la forma democrática

representativa, fundada en la unidad y la solidaridad de todos los bolivianos”.

La de Guatemala (1985) declaraba que este país estaba formado por diversos grupos étnicos entre los que figuran los grupos indígenas de ascendencia maya y posteriormente a los acuerdos ha establecido el reconocimiento del pluriétnicismo y la multiculturalidad.

Incluso, en Bolivia en el gobierno Gonzalo Sánchez de Lozada (1993-1997) un líder indígena llegaba a la Vicepresidencia de la Nación, Víctor Hugo Cárdenas a la vez que se aprobaba una Ley de Participación Popular en 1994 que impulsaba un proceso de descentralización e incremento de la participación indígena.

De las movilizaciones de los 80 y 90, el movimiento indígena extrajo como resultado el derecho de los pueblos indígenas a determinar su propio desarrollo reconocido por el Comité de Derechos Humanos de la ONU y por la Declaración Universal de los Pueblos indígenas.

4. CRISIS Y CAMBIO DEL MOVIMIENTO INDÍGENA

El movimiento indígena se fue desdibujando de diversas maneras en la región entre finales de los 90 y comienzos de la nueva centuria. En Ecuador, por las alianzas que no funcionaron con los partidos tradicionales y en México porque el zapatismo tocó techo en cuanto a sus posibilidades de seguir avanzando.

“Las guerras del Agua y del Gas bolivianas mostraron que un tema coyuntural pero de profundo calado podía servir de nexo de unión entre los indígenas y el resto de grupos sociales”

Además, como apuntan los académicos Nancy Postero y León Zamosc, los grupos indígenas se dieron cuenta de que “la simple existencia de una mayoría demográfica no garantiza un resultado electoral favorable” como el fracaso del referéndum de 1999 en Guatemala evidenciaba. Una consulta en este país centroamericano, en la que se esperaba aprobar una amplia reforma constitucional que ampliaba los derechos de los indígenas. Sin embargo, solo votó el 18% de la población y ganó el “No”.

Así pues, estos fracasos provocaron que con el comienzo del nuevo siglo el movimiento indígena llegara a la conclusión de que para conseguir mayor grado de influencia debía tender puentes con sectores políticos no indígenas y encontrar nexos de unión más amplios que las meras reclamaciones indigenistas para conseguir más eco y mayor movilización.

Desde el cambio de siglo el panorama de las movilizaciones reúne una serie de características peculiares:

- La vía armada no es un camino pero sí los conflictos y protestas de baja intensidad que ponen en cuestión el monopolio de la violencia de un Estado que no puede reprimir esas protestas de forma tan contundente como lo hacía ante las antiguas sublevaciones. Todo lo cual les proporciona a los movimientos indígenas poder de veto y de “chantaje al Estado”.
- Además esos grupos indígenas logran articular alianzas

amplias que van más allá del tema indígena enarbolando banderas que pueden ser acogidas por otros grupos sociales en “alianzas estratégicas que pueden abrir el camino para avanzar hacia soluciones realmente integrativas de la cuestión indígena ya que afectan a todos los sectores sociales”.

Esto se tradujo en que mientras la vía electoral ecuatoriana entraba en crisis terminal (ese declive del movimiento indígena en Ecuador se expresó en 2006 cuando solo obtuvo el 2% de los votos en las elecciones lo cual condujo a la pérdida de cohesión interna), otras fórmulas ganaban peso. Por ejemplo, en Bolivia donde las “Guerras del Agua” (2001) y después del “Gas” (2005) enseñaron que el camino para llegar a crecer, hacer escuchar su voz y conseguir éxitos políticos marcando la agenda era otro diferente al de la movilización exclusivamente indígena y centrada en las problemáticas de ese sector étnico.

Las guerras del Agua y del Gas bolivianas mostraron que un tema coyuntural pero de profundo calado podía servir de nexo de unión entre los indígenas y el resto de grupos sociales, ganando así capacidad de llegada a amplios sectores de la población lo que conjugado con un liderazgo carismático (del tipo del de Evo Morales en Bolivia) daba al movimiento mayor alcance.

Desde hace una década, por lo tanto, los movimientos indígenas cuentan con una agenda

“Las nuevas
movilizaciones que
tienen lugar desde
hace una década sacan
lecciones del fracaso de
la vía armada de los 90”

mucho más extensa que abarca y acoge intereses sociales y étnicos más amplios. Además, la presión y disputa creciente sobre recursos naturales ubicados en tierras indias (o reivindicadas por ellos) favorece la unificación de las diferentes étnicas y les sirve de base para elaborar una propuesta de desarrollo alternativa (ecologista y ambientalista) que gana apoyos entre sectores no indígenas, urbanos, y capta respaldo internacional lo cual legitima este mensaje de tipo ambientalista.

Las nuevas movilizaciones que tienen lugar desde hace una década sacan lecciones del fracaso de la vía armada de los 90 (el caso zapatista), y de las tendencias políticas electorales (casos de Ecuador con Pachakutik, o de katarismo en Bolivia).

Como señalara en 2010 el académico de la Universidad de Salamanca, Salvador Martí, “el hecho de que la mayoría de los recursos estratégicos del siglo XXI (agua, biodiversidad, gas, petróleo, minerales, bosques) estén ubicados en zonas en las que habitan pueblos indígenas hace prever que episodios como los de Bagua, en Perú, de Awás Tingni, en Nicaragua, o de Ralco en Chile, se multipliquen en el futuro. Así, a pesar del cierre de las «oportunidades» que se vislumbran en este nuevo ciclo, la lucha de los pueblos indígenas por sus derechos va a continuar. El aprendizaje organizativo de las últimas décadas y la consagración de derechos específicos como conse-

cuencia de las reformas constitucionales y legislativas constituyen un factor decisivo”.

Es el caso, en sus primeros años de ascenso hacia el poder, del Movimiento al Socialismo (MAS) en Bolivia. El movimiento cocalero nacido en los 80 se definió como movimiento de productores de coca, articuló elementos indígenas para defender la coca como “hoja sagrada” y aglutinó diversos sectores sociales e indígenas.

Pero además fue capaz de construir una amplia coalición social en la que lo ambiental tenía una importancia medular. La académica Sofía Cordero Ponce señala que “el Mas no es una simple expresión de las comunidades indígenas, sino una fuerza que articula una pluralidad de sectores populares. Obtuvo el 20% en 2002 con un planteamiento indigenista y superó el 50% en 2006 y el 60% en 2009 gracias a una propuesta más amplia que abarcaba a los sectores populares, los indígenas y sectores de las clases medias”.

Esa alianza entre las tesis ambientalistas e indigenistas, de todas formas, no es nueva y tiene claros antecedentes en los años 90. José Bengoa en un informe de la CEPAL señalaba cómo desde esos años se consolidó “la alianza entre los movimientos indígenas y los medio ambientalistas en el continente. Esta alianza se expresa en numerosos conflictos que son asumidos tanto por los indígenas, como por los “verdes”. La dirigencia indígena por

“La propuesta indígena-ambientalista actual supone una reacción a las políticas extractivistas”

su parte ha incorporado los elementos del discurso ecologista a su propio discurso indigenista, y por su parte para muchos movimientos medio ambientalistas los indígenas aparecen como los “guardianes históricos del medio ambiente”, produciéndose muchas veces una cierta idealización de los mismos. Independientemente de la profundidad de esta alianza, no cabe duda que ha permitido al movimiento indígena acercarse a amplios sectores de población y opinión pública, que consideran el respeto y cuidado del medio ambiente como un bien superior e intransferible. En algunos países, como Ecuador por ejemplo, la alianza ha sido eficiente en términos de votos y obtención de representación parlamentaria”.

La propuesta indígena-ambientalista actual supone una reacción a las políticas extractivistas y sale al paso de los argumentos de los gobiernos y de las empresas transnacionales dedicadas a la explotación minera o a los emprendimientos hídricos. Así rechazan que exista una nueva tecnología que proteja al medio ambiente, la llamada minería verde, moderna o responsable. No creen que la minería genere empleo y propicie el desarrollo económico sostenible para las comunidades. Tampoco creen que las transnacionales de la minería metálica sean respetuosas de los derechos humanos, pues las acusan de provocar el desarraigo de grupos humanos de su tierra, viciar el medioambiente de los pueblos provocando enfermedades de los pulmones y la piel.

5. LA RUPTURA ENTRE LA IZQUIERDA Y EL INDIGENISMO AMBIENTALISTA

Sin embargo, esa primigenia alianza entre indígenas ambientalistas y nueva izquierda (la encarnada por Evo Morales en Bolivia y por Rafael Correa en Ecuador) no duró mucho. En realidad, lo hizo mientras esos nuevos regímenes estaban emergiendo y construyéndose (2005-2009) pero cuando esos liderazgos se asentaron, se empezaron a alejar de los grupos ambientalistas y a entrar en conflicto sus respectivas agendas.

El choque de paradigmas (desarrollismo vs “filosofía indígena del buen vivir” basada en la armonía con la naturaleza) se debía, como apunta Sofía Cordero, a que el desarrollismo de gobiernos como los de Correa o Morales “busca el retorno del Estado activo” que choca con “los nuevos sujetos reconocidos en la ciudadanía que reclaman sus derechos como «iguales»”. Sin duda, una ciudadanía con nuevos sujetos colectivos obliga al Estado y sus instituciones a ceder espacios de poder, lo que no suele ser del agrado de los actuales gobiernos boliviano y ecuatoriano, de matriz fuertemente centralizadora y con presidencialismos fuertes. A menudo se considera que los intereses estatales son universales frente al particularismo de los intereses comunitarios y se sospecha que los autogobiernos podrían ser colonizados por las empresas transnacionales”.

Ese desarrollismo de los gobiernos de Correa y Evo Morales ha acabado entrando en colisión con

“La izquierda, tanto reformista como la del “Siglo XXI”, sufre una profunda contradicción entre los partidarios del desarrollismo y los ambientalistas”

las tesis del ambientalismo indígena. Dos conflictos son reveladores al respecto. En Ecuador, en 2012, la CONAIE inició la «Marcha por el Agua, la Vida y la Dignidad de los Pueblos», en rechazo a la firma de contratos con empresas chinas para la explotación minera a gran escala.

Y en Bolivia, se inició un largo conflicto en torno de la construcción de una carretera que atravesaría el Territorio Indígena y Parque Nacional Isiboro Secure (Tipnis), a la cual se opone gran parte de los pueblos indígenas allí asentados, que reclaman su derecho a consulta previa.

Así pues, la izquierda, tanto reformista como la del “Siglo XXI”, sufre una profunda contradicción entre los partidarios del desarrollismo y los ambientalistas. Hace una década ambas izquierdas iban unidas en torno al liderazgo de Morales, Correa o Humala. Hoy aparecen enfrentados en proyectos de país y económicos diferentes.

Por ejemplo, Evo Morales inició su carrera política claramente vinculado a los sectores ambientalistas lo mismo que Rafael Correa y Ollanta Humala quienes en principio se oponían a los proyectos extractivistas mineros. Sin embargo, en la actual coyuntura, el líder cocalero denuncia que detrás del movimiento ambientalista existe un “nuevo tipo de colonialismo” y Rafael Correa señala a los ecologistas de “infantiles”.

Ahora todos ellos están en la vereda de enfrente de los ambientalistas pues respaldan la

profundización del modelo de exportación de productos primarios propuesta que choca de plano con la tesis ambientalistas.

Así pues, la mayoría de los conflictos sociales actuales en América Latina, según un informe del Banco Mundial, giran sobre las dimensiones ambientales y sociales de la minería. También la Defensoría del Pueblo peruano, en un reciente informe, identifica como una de las causas de los conflictos socioambientales al “temor justificado de la población a la potencial contaminación que pueden ocasionar las actividades extractivas”. A esto no escapan las propias empresas mineras que han incorporado como un elemento infaltable de la Responsabilidad Social Corporativa el tema medioambiental.

Por lo tanto, las disputas por recursos naturales es el aspecto más recurrente en los conflictos mineros. Sin embargo, el Banco Mundial señala que no siempre se trata de conflictos ecológicos en el sentido estricto de la palabra, es decir, restringidos a la defensa de la biodiversidad debido a su valor propio. Aunque este es el aspecto que más interesa a las organizaciones ecologistas, las comunidades rurales consideran el tema ambiental también —y probablemente más— en términos de derechos al acceso a la tierra y al agua, es decir, los medios que constituyen el fundamento de su economía familiar.

Así pues, “el movimiento indígena se ha apropiado del discurso ambientalista que en los años 50

“La defensa de la tierra ha dejado de ser una lucha de corte agrarista para pasar a ser una lucha en sentido ecologista”

o 60 prácticamente no existía ya que el discurso de los antiguos indios estaba concentrado en el lenguaje de la explotación», recuerda Bengoa. En la década de 1970 comenzó a desarrollarse un fuerte discurso medioambientalista en los países desarrollados, y «las externalidades no controladas del desarrollo capitalista comenzaron a preocupar a crecientes sectores de la sociedad en los países desarrollados». A partir de distintos foros internacionales, las demandas indígenas se acercaron a las propuestas ambientalistas y en 1992, en la Cumbre de la Tierra, se consolidó el encuentro entre estos dos discursos: «Los indígenas entrado el siglo XXI se han transformado en acto-

res principales en la defensa del medio ambiente. La defensa de la tierra ha dejado de ser una lucha de corte agrarista para pasar a ser una lucha en sentido ecologista». Como apunta Bengoa, la articulación con el discurso ecologista les ha permitido a los movimientos indígenas establecer una sagaz alianza con los sectores posmodernos de la demanda social.

Y eso porque llevan a cabo una «relectura urbana de la tradición indígena realizada por los propios indígenas en función de los intereses y objetivos indígenas. No cabe duda de que muchos elementos de la visión indígena del pasado existían previamente, pero tampoco puede caberle duda al observador desapasionado de que muchos de esos elementos constituyen una idealización del pasado».

TABLA DE CONFLICTOS AMBIENTALISTAS EN AMÉRICA LATINA

Perú	33
Chile	33
Argentina	26
México	26
Brasil	20
Colombia	12
Bolivia	8
Ecuador	7
Panamá	6
Guatemala	6
Nicaragua	4
República Dominicana	4
El Salvador	3
Honduras	3
Costa Rica	2
Paraguay	1
Uruguay	1

Datos: Observatorio de Conflictos Mineros de América Latina

6. MAPA DE LAS PROTESTAS INDÍGENAS ACTUALES

Según datos del Observatorio de Conflictos Mineros de América Latina existen en la actualidad en la región más de 180 conflictos socio-ambientales que involucran a 183 proyectos mineros y a 246 comunidades.

Los países que padecen mayor número de conflictos son Perú y Chile con 33, Argentina y México con 26, Brasil 20 y Colombia con 12. El resto de países no pasa de la decena de conflictos.

A continuación pasaremos a analizar algunos de estos conflictos y su incidencia política.

“En la región de la Amazonía peruana las comunidades indígenas siguen luchando por sus tierras y su forma de vida”

Perú, los bandazos de Humala

Ollanta Humala levantó en la campaña de 2011 todo un discurso contrario a la minería del oro y al derroche y contaminación del agua.

El discurso antiminero, que una respuesta a las movilizaciones indígenas producidas durante la gestión de Alan García y que desembocaron en protestas en Cajamarca y Cusco y en los sucesos de Bagua (Amazonas) donde murieron 33 personas, era muy claro y contundente por parte de Humala: “He visto un conjunto de lagunas y me dicen que las quieren vender. ¿Ustedes quieren vender su agua? ¿Qué es más importante, el agua o el oro? Porque ustedes no toman oro, no comen oro, pero nosotros tomamos agua, nuestras criaturas toman agua, nuestro ganado toma agua. Y de ahí sale la leche, salen los quesos, sale la riqueza. ¡El agua para los peruanos!”.

Luego, ya en el gobierno, dio un giro significativo cuando intentó acoger en su seno a la vez las tesis ambientalistas y las neodesarrollistas. El desafío más serio para el gobierno de Humala se sitúa en Conga (Cajamarca), en el norte de Perú, donde existe una fuerte oposición a un proyecto minero de la compañía estadounidense Newmont. Los residentes en esta región agrícola temen que la mina de oro a cielo abierto, cuya construcción requeriría el reemplazo de cuatro lagunas andinas con reservas artificiales, podría contaminar los recursos hídricos y afectar a la salud de las personas.

Un proyecto que ahora el propio Humala ha pasado a defender: “El proyecto Conga (en el departamento de Cajamarca) es un proyecto importante para el Perú, porque le va a permitir realizar la gran transformación. (...) Rechazamos posiciones extremas: el agua o el oro. Nosotros planteamos una posición sensata: el agua y el oro”.

Pero ese cambio y esa propuesta le han conducido a tener que hacer frente a fuertes protestas antimineras en el interior del país encabezadas por amplios sectores indígenas y populares. Humala recibió, según informes de la prensa local, más de 200 conflictos sociales, y durante el gobierno de su predecesor, Alan García, según el Defensor del Pueblo en Perú, 195 personas murieron en enfrentamientos con las fuerzas de seguridad entre enero de 2006 y septiembre de 2011.

Además, en la región de la Amazonía peruana las comunidades indígenas siguen luchando por sus tierras y su forma de vida. Gran parte de la selva tropical del Perú está concesionada a empresas mineras y petroleras: solamente las concesiones mineras abarcan casi el 14% de la superficie de las tierras y más del 75% de la Amazonía peruana está concesionada a la industria petrolera.

Humala ha apostado por continuar con un crecimiento económico basado en un modelo minero-exportador: del total de las exportaciones, el 60% proviene del sector minero de la econo-

“Las organizaciones indígenas —especialmente de tierras bajas— propugnan el acceso al territorio y la gestión de los recursos naturales bajo formas comunitarias”

mía y Perú ocupa el sexto lugar entre los países exportadores de oro del mundo.

La pugna desarrollistas vs ambientalistas en Bolivia

Evo Morales llegó a la presidencia en 2006 con un discurso indigenista y centrado en el respeto a la Madre Tierra, la Pachamama. “La Tierra no nos pertenece, sino que pertenecemos a la Tierra”, expuso Morales ante la Asamblea General de la ONU en 2009.

Ahora ese discurso ya no es tan indigenista sino nacionalista y neodesarrollista en vez de ambientalista. Ese cambio explica, por ejemplo, el conflicto del TIPNIS desde 2011 por la construcción de una carretera por el Territorio Indígena Parque Nacional Isiboro Sécuré (TIPNIS) que impulsa el gobierno de Morales.

Con motivo de la resistencia indígena a este proyecto, Evo Morales no dudó en romper con los sectores indígena-ambientalistas ya que “los enemigos históricos del movimiento indígena se presentan como defensores del medio ambiente cuando sus políticas nunca estuvieron dirigidas a su preservación. La derecha se adhiere a los conflictos que se presentan en algunas regiones o sectores, para desgastar al Gobierno. Cuando se presenta un problema de límites toda la derecha está ahí, para magnificar se meten ahí, profundizar y enfrentar a los propios compañeros”.

El académico Pablo Rosell asegura en un artículo en la revista

Nueva Sociedad que “el contenido programático central en el conflicto del Tipnis está referido a la orientación del modelo de desarrollo. La propuesta de la carretera se constituye en un hito material y simbólico de la preeminencia de un modelo de desarrollo convencional (integración física del país) y conlleva los riesgos de la expansión de la frontera agrícola en detrimento de la preservación de zonas boscosas vírgenes”.

Y añade que “para las organizaciones que se auto reconocen como esencialmente indígenas, el territorio es lo central, puesto que se constituye en la base de una vida económica fundada en usos y costumbres ancestrales. Las organizaciones indígenas —especialmente de tierras bajas— propugnan el acceso al territorio y la gestión de los recursos naturales bajo formas comunitarias. Para las organizaciones que se auto reconocen como esencialmente campesinas, en cambio, la demanda central es el acceso a la tierra cultivable”.

No solo ha habido un alejamiento del movimiento indígena con respecto al gobierno de Evo Morales sino que la gestión oficialista, con sus políticas clientelares, de cooptación y de transferencias condicionadas, ha acabado dividiendo al movimiento indígena. La Confederación de Pueblos Indígenas de Bolivia (CIDOB) está fracturada en dos grupos. Uno afín al gobernante Movimiento Al Socialismo (MAS) y el segundo, crítico con el Gobierno, liderado por Adolfo Chávez, un dirigente del pueblo Tacana que promovió

“Correa y el movimiento indígena han pasado entre 2006 y 2013 de la colaboración (la Conaie apoyó en 2006 en la segunda vuelta a Correa y se alineó con las políticas del gobierno) a un rechazo y condena de las tesis del otro”

las dos marchas contra la construcción de una carretera a través del Territorio Indígena del Parque Nacional Isiboro Sécuré (TIPNIS).

La ruptura de Correa con indígenas y ambientalistas

Algo similar le ocurrió al presidente de Ecuador, Rafael Correa, quien a medida que se ha ido consolidando en la presidencia, ha perdido el respaldo de indígenas y ambientalistas como su excanciller Fander Falconí. Correa y el movimiento indígena pasaron entre 2006 y 2013 de la colaboración (la Conaie apoyó en 2006 en la segunda vuelta a Correa y se alineó con las políticas del gobierno) a un rechazo y condena de las tesis del otro.

Ante la emergencia de Correa, el movimiento se dividió y fracturó entre otras cosas por las políticas clientelares y de cooptación del ejecutivo ya que el presidente buscó ganarse a la población indígena pasando por encima de las organizaciones. El centralismo en la toma de decisiones y el desarrollismo Correista entró en conflicto con las posturas del movimiento indígena que proponía, entre otras cosas la consulta previa y, sobre todo el consentimiento previo, antes de ponerse en marcha cualquier proyecto extractivista.

Así, por ejemplo, de defender en 2007 la idea de preservar el Yasuní-ITT (Ishpingo-Tambococha-Tiputini) de la explotación petrolera, Correa pasó en 2013 a proponer una postura diametralmente opuesta: “Tenemos decenas de miles de millones de

dólares que el pueblo ecuatoriano necesita con urgencia. No podemos ser tontos útiles de nadie, tomaremos... la decisión de continuar o de explotar responsablemente el ITT”.

Para Rafael Correa ese “ecologismo infantil” impide el desarrollo del país y está manejado “desde las sombras (por) los que nunca han ganado media elección querían prohibir, impedir que este país aproveche sus recursos naturales no renovables. Jamás me voy a prestar a esos juegos, la historia dirá quién tuvo la razón cuando se calmen los ánimos, con serenidad se verá quién actuó en función de patria y quién actuó en función de fundamentalismos, dogmatismos e infantilismos”.

Correa defiende un modelo de desarrollo y de gestión “a la coreana” que prime el desarrollo económico y la presencia y dirección centralizada del Estado en ese proceso, mediante la empresas públicas como Petroamazonas. Tesis que colisiona directamente con el movimiento indigenista que se inclina por una gestión descentralizada en la que la decisión sobre la explotación o no de los recursos naturales sea una competencia de los poderes locales emanados del movimiento indígena.

De Lula a Daniel Ortega

Además, otros presidentes de izquierda en la región se han visto con problemas similares. Solo basta recordar la ruptura entre Lula da Silva y Marina Silva, su Ministra de Medio Ambiente, en 2008.

“En Brasil el mayor problema se sitúa en la Amazonía por el conflicto entre los grupos indígenas de esa zona cuyos intereses chocan con las iniciativas de las empresas mineras y los latifundistas”

La organización ecologista Greenpeace denunció entonces que la dimisión de Marina Silva evidenciaba que el Gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva “ha decidido abandonar la Amazonía”: “La renuncia demuestra que este Gobierno no es serio, no tiene respeto por el medio ambiente ni por la Amazonía”.

En Brasil el mayor problema se sitúa en la Amazonía por el conflicto entre los grupos indígenas de esa zona cuyos intereses chocan con las iniciativas de las empresas mineras y los latifundistas.

El pasado octubre, por ejemplo, centenares de indígenas de distintas tribus y regiones realizaron una marcha en la capital brasileña para pedir más apoyo del gobierno federal con respecto a sus derechos. Los indígenas protestan por una iniciativa legal que propone que la competencia sobre todo lo relacionado a la creación y demarcación de nuevas tierras indígenas, que corresponde en la actualidad al Poder Ejecutivo, pase a la órbita del Parlamento. Los indígenas se oponen y afirman que esa modificación les daría más poder a latifundistas y empresas mineras y madereras que operan sobre todo en la Amazonía, donde se sitúa la mayor parte de las reservas indígenas del país.

Y en Chile durante la gestión de los socialistas Ricardo Lagos y Michelle Bachelet (2000-2010) germinó el proyecto de la hidroeléctrica de HidroAysén, pese a las protestas de los grupos

ecologistas. Las movilizaciones de los grupos indígenas mapuches, que continuaron durante la gestión de Sebastián Piñera, han encontrado un importante eco en los grupos de izquierda e incluso en la campaña para las presidenciales de 2013 la candidata de Nueva Mayoría, Michelle Bachelet, recogió la idea de paralizar HidroAysén.

HidroAysén es una sociedad constituida por Colbún y Endesa —Chile— esta última controlada por Endesa —España— que planea construir cinco grandes centrales hidroeléctricas en las cuencas de los ríos Baker y Pascua, en la Patagonia chilena. La electricidad producida se transportaría a más de 2.300 kilómetros, hacia Santiago de Chile y las minas del norte, mediante el tendido de alta tensión más largo del mundo. El complejo hidroeléctrico aportaría 2.750 MW al Sistema Interconectado Central (SIC), con una capacidad de generación media anual de 18.430 GWh.

Las comunidades locales han mostrado su rechazo y han propuesto que se legisle para otorgar a la Patagonia el estatus de Reserva de la Vida; pero, por el momento, la legislación chilena reconoce que la propiedad de las fuentes de agua es privada y en la región de Aysén Enel Endesa posee más del 90% de los derechos del agua.

Otro proyecto que pone frente a frente a los desarrollistas de izquierda y a los ambientalistas es el del Canal Seco de Nicara-

“Los actuales movimientos de protestas indígenas llevan a cabo actos pacíficos de protesta social como denuncias, marchas, mítines, plantones, huelgas de hambre, invasiones de tierras y tomas de palacios municipales y oficinas gubernamentales”

gua que impulsa Daniel Ortega con el apoyo de una empresa de origen chino que busca construir un nuevo Canal interoceánico, como el que existe en Panamá.

Sectores indígenas nicaragüenses apoyan a la Mesa Nicaragüense ante el Cambio Climático, que aglutina a más de 20 organizaciones ambientales del país, expresó su rechazo al proyecto de construcción de un canal interoceánico “tal como está planteado”: “Compartimos el deseo de encontrar alternativas que nos conduzcan rápidamente a superar los niveles de pobreza, sin embargo, dichas rutas no deben comprometer las posibilidades de las futuras generaciones a vivir en un ambiente sano”.

Otros puntos de conflicto regional

- **México:** La políticas indígenas en México se remontan a la primera mitad del siglo XX, originadas durante la Revolución, pero sufrieron una profunda transformación cuando se produjo la sublevación zapatista de Chiapas en 1994.

En la actualidad, más allá del agotado fenómeno zapatista, los actuales movimientos de protestas indígenas llevan a cabo actos pacíficos de protesta social como denuncias, marchas, mítines, plantones, huelgas de hambre, invasiones de tierras y tomas de palacios municipales y oficinas gubernamentales.

Guillermo Trejo, de la Universidad de Notre Dame, destaca las transformaciones experimentadas en los últimos 25 años en las demandas y las identidades de los indígenas capaces de construir un liderazgo indígena estratégico, capaz de transformar la identidad de sus movimientos conforme varían las circunstancias y las oportunidades económicas y políticas.

En la actualidad, más allá del agotado fenómeno zapatista, los actuales movimientos de protestas indígenas llevan a cabo actos pacíficos de protesta social como denuncias, marchas, mítines, plantones, huelgas de hambre, invasiones de tierras y tomas de palacios municipales y oficinas gubernamentales.

Así se pasó de demandas de naturaleza política (1976-1993) centradas en el cese a “la represión de caciques, terratenientes y de autoridades públicas (policías estatales y municipales); libertad a presos políticos; y la destitución de autoridades municipales, a nuevas demandas en los 90 centradas en el despertar de la conciencia indígena como demanda e identidad pública, entre los movimientos de Chiapas, Oaxaca, Guerrero, Veracruz y Puebla”.

Como explica Trejo si bien el zapatista EZLN comenzó

“Actualmente, Panamá tiene cinco comarcas indígenas que representan el 20% del territorio nacional”

como una guerrillas marxistas-leninistas, a finales de 1994 a la altura de 1995-96 abrazaron el discurso etnista y autonómico. Las demandas étnicas en general y la autonomía indígena en particular se convierten en una de las principales banderas de un movimiento indígena nacional en ciernes: “el objetivo del movimiento indígena organizado ya no es la tierra sino el territorio; ya no exigen recursos para los indígenas sino disputan las reglas para decidir y repartir los recursos que les tocarían como indígenas; ya no exigen la destitución de las autoridades públicas sino que ahora demandan la capacidad de elegir a sus autoridades públicas bajo sus propias reglas”.

- **La voz del pueblo indígena en Panamá:** En los últimos años, y en especial en los últimos cuatro años, los propios indígenas han salido del anonimato denunciando las “injusticias contra su pueblo y sus recursos”. Muchos de ellos han logrado —con ingentes esfuerzos— acceder a la educación universitaria, convertirse en profesionales exitosos y ocupar puestos importantes. A pesar de que no faltan obstáculos en su camino, los pueblos indígenas de Panamá se han apoyado en sus organizaciones para manifestarse ante el resto del país. Gracias a esa movilización, hoy su presen-

cia se ha hecho más sentida y palpable.

Actualmente, Panamá tiene cinco comarcas indígenas que representan el 20% del territorio nacional (417.559 habitantes): la comarca Ngäbe - Buglé, la Comarca Kuna Yala, la Comarca Emberá-Wounan, la Comarca Kuna de Madugandi y la Kuna de Wargandi. Son estos pueblos los que han aumentado el interés por los temas que les competen, a tal punto que solo hace falta ver algunos ejemplos de los últimos años: movilizaciones en contra de las reformas al Código Minero en 2011; la huelga duramente reprimida en Changuinola el año 2010; manifestaciones en el territorio Ngäbe contra las hidroeléctricas promovida en enero de 2008, que dejó pérdidas humana y heridos; entre otras.

Precisamente esta protesta sentó un precedente en la lucha indígena en Panamá, al suspenderse una reforma legislativa y obligar al actual expresidente Ricardo Martinelli a sancionar una ley que prohíbe la explotación minera, y crea un régimen especial para la protección de los recursos hídricos y ambientales en la comarca indígena Ngäbe Buglé. Los pueblos originarios han cobrado beligerancia y sus luchas ganan más adeptos en varios sectores del país. Un tema que seguirá latente en

“La lucha contra las mineras a escala local ha propiciado una rearticulación del movimiento indígena”

el nuevo gobierno panameño que tendrá que buscar vías de diálogos con estos grupos que cuentan con régimen administrativo autónomo en sus tierras, donde se encuentra gran parte de los recursos hídricos y minerales a explotar.

- **Guatemala:** La tradicional división entre las diferentes étnicas indígenas en Guatemala (kakchikeles vs quiché, entre otros) y de los grupos mestizos (ladinos) con el grupo indígena se atenúa (aunque no desaparece) cuando en el centro del debate se encuentra el rechazo a las empresas mineras. Es lo que está ocurriendo en el área del Altiplano guatemalteco —fundamentalmente indígena— (departamentos de San Marcos, Huehuetenango etc.) donde se ha creado un Consejo de Pueblos de Occidente para oponerse a las políticas extractivistas del gobierno.

Un mensaje ambientalista y antiextractivista que sostienen organizaciones como la Coordinadora Nacional Indígena y Campesina —CONIC— miembro de la Coordinación y Convergencia Nacional Maya WAQIB KEJ, UASP, de CLOC y que tiene gran calado en el conjunto de la población y que cuenta con el apoyo de la Iglesia Católica. Por ejemplo del Obispo Álvaro Leonel Ramazzini para

quien “las empresas mineras, principalmente canadienses que explotan oro, plata y otros metales en Guatemala y en México “no sólo dejan migajas sino que son generadoras de conflictos sociales, además de que destruyen el medio ambiente”.

La lucha contra las mineras a escala local ha propiciado una rearticulación del movimiento indígena como se reconoce en diversos trabajos académicos, como el de Joris van de Sand sobre “Conflictos mineros y pueblos indígenas en Guatemala”: “Las respuestas organizativas de la comunidad a la minería muestran signos interesantes de una revitalización de la identidad indígena. Algunos observadores, por ejemplo, interpretan las consultas comunitarias como una recuperación de la comunidad indígena como sujeto colectivo. Otros, por otra parte, han anotado que la lucha contra la minería hasta ahora apenas ha sido articulada discursivamente en torno a demandas para el reconocimiento de los derechos colectivos indígenas, y que las comunidades no han logrado aún traducir sus exigencias en un programa político claro y comprensivo para la reforma del Estado. Indican que las comunidades deben relacionar su lucha con aspectos de su identidad, como fuente de capital socio-político”.

“Los Estados nacionales no ha sido aún capaces de articular cauces institucionales para atender las reclamaciones indígenas ambientalistas y hacerlas compatibles con las necesidades de desarrollo de los países”

7. CONCLUSIONES

El tema indígena está presente en la realidad latinoamericana con un fuerte componente político desde hace más de 30 años. Ha tenido diversas fisonomías y características pero lo que parece sobresalir es que posee una formidable capacidad de adaptación que le permite perdurar en el tiempo. Tuvo un mensaje indigenista hasta los años 50, marxista (indígenas vistos como clase social) hasta los 80-90 y actualmente ambientalista y antiglobalización.

Además, es uno de los pocos fenómenos que se da a escala regional desde México, pasando por Centroamérica y la mayoría de países de Sudamérica (Colombia, Perú, Brasil, Chile y Argentina). El Observatorio de Conflictos Mineros de América Latina calcula que en la región hay 175 conflictos socio-ambientales que involucran a 183 proyectos mineros y a 246 comunidades.

Posee asimismo una importante capacidad para marcar o alterar la agenda política de los países. El indigenismo ambientalista, si bien de carácter eminentemente local, tiene potencialidad para crear redes de apoyos y solidaridad a escala nacional e incluso internacional que potencia su presencia y posibilidades de influencia.

Asimismo, los conflictos que desencadenan las protestas indígenas medioambientales tienen un carácter muy disruptivo pues generan sensación de ingobernabi-

lidad o de pérdida del monopolio de la violencia legítima por parte del Estado, aunque, en realidad, en escasas ocasiones, poseen fortaleza para acabar con la propia institucionalidad.

América Latina ha entrado en un ciclo de mayor estabilidad, pero existen temas clave como las cuestiones medioambientales, ligadas con la tierra y los recursos naturales que pueden alterar esos equilibrios. Algunos analistas creen que estos conflictos tenderán a escalar por falta de vías institucionales capaces de ofrecer soluciones y plataformas de negociación.

En los próximos años la presión extractivista tanto de las empresas como de los estados debido a los altos precios de los commodities (puesto que, aunque a corto plazo bajen, van a seguir por encima de los precios históricos) permite augurar nuevos conflictos de carácter local pero con fuerte incidencia nacional en los países que los sufran. Los Estados nacionales no ha sido aún capaces de articular cauces institucionales para atender las reclamaciones indígenas ambientalistas y hacerlas compatibles con las necesidades de desarrollo de los países.

Como señala Salvador Martí “buena parte de los recursos estratégicos más preciados del siglo XXI (como son el agua, la biodiversidad, metales preciosos, gas y petróleo...) están presentes en espacios habitados por los indígenas... la lucha de



“Los actuales patrones de producción y consumo son insostenibles pues generan grandes costos económicos y sociales y ambientales que erosionan sus propias bases de sostenibilidad material en el mediano y largo plazo”

los pueblos indígenas por sus derechos va a continuar, aunque a través de otra coalición de actores, con mayor presencia de actores locales y menor apoyo de las redes internacionales... las movilizaciones indígenas van a continuar... y estas movilizaciones ya no podrán ser capturadas por Gobiernos... serán más silenciosas y con mayor énfasis en la protección de los recursos naturales y por tanto más focalizadas en el ámbito del territorio y de la vida local”.

Su capacidad para alterar la política nacional puede verse incrementado en caso de crisis coyunturales en las que el malestar de las clases

medias se aúne con las movilizaciones indígenas en un común rechazo a la institucionalidad y a la presencia de intereses foráneos.

Como señala Alicia Bárcena, Secretaria General de la CEPAL, “los actuales patrones de producción y consumo son insostenibles pues generan grandes costos económicos y sociales y ambientales que erosionan sus propias bases de sostenibilidad material en el mediano y largo plazo. El tema ambiental forma parte de la agenda pública... por las crecientes demandas ciudadanas” que encuentran así un nexo de unión con las reclamaciones indígenas.

LLORENTE & CUENCA es la primera consultoría de Gestión de la Reputación, la Comunicación y los Asuntos Públicos en España, Portugal y América Latina. Cuenta con **diecisiete socios** y **350 profesionales** que prestan servicios de consultoría estratégica a empresas de todos los sectores de actividad con operaciones dirigidas al mundo de **habla española y portuguesa**.

Actualmente, LLORENTE & CUENCA tiene oficinas propias en **Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, España, México, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana**. Además, ofrece sus servicios a través de compañías afiliadas en **Estados Unidos, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Venezuela**.

Su **desarrollo internacional** ha llevado a LLORENTE & CUENCA a ocupar en 2014 el puesto 55 del Ranking Global de **compañías de comunicación más importantes del mundo**, elaborado cada año por la publicación *The Holmes Report*.

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Socio y CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Jorge Cachinero
Director Corporativo de Innovación
jcachinero@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo
Socio y Director General
apinedo@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y Director General
acorujo@llorenteycuenca.com

Madrid

Joan Navarro
Socio y Vicepresidente Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y Director Senior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Juan Castellero
Director Financiero
jcastillero@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 – planta 3
28001 Madrid
Tel: +34 91 563 77 22

Barcelona

María Cura
Socia y Directora General
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel: +34 93 217 22 17

Lisboa

Carlos Matos
Socio Fundador y Director General
cmatos@llorenteycuenca.com

Madalena Martins
Socia Fundadora
mmartins@llorenteycuenca.com

Rua do Fetal, 18
2714-504 S. Pedro de Sintra
Tel: +351 21 923 97 00

AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero
Socio y CEO América Latina
aromero@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonio Lois
Director Regional de RR.HH.
alois@llorenteycuenca.com

Bogotá

María Esteve
Directora General
mesteve@llorenteycuenca.com

Germán Jaramillo
Presidente Consejero
gjaramillo@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B – of. 501
Bogotá (Colombia)
Tel: +57 1 7438000

Buenos Aires

Pablo Abiad
Socio y Director General
pabiad@llorenteycuenca.com

Enrique Morad
Presidente Consejero para el Cono Sur
emorad@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Ciudad de Buenos Aires (Argentina)
Tel: +54 11 5556 0700

Lima

Luisa García
Socia y CEO Región Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Cayetana Aljovín
Gerente General
caljovin@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro. Lima (Perú)
Tel: +51 1 2229491

México

Juan Rivera
Socio y Director General
jrivera@llorenteycuenca.com

Bosque de Radiatas # 22 – PH7
05120 Bosques las Lomas (México D.F.)
Tel: +52 55 52571084

Panamá

Javier Rosado
Socio y Director General
jrosado@llorenteycuenca.com

Avda. Samuel Lewis. Edificio Omega, piso 6
Tel: +507 206 5200

Quito

Catherine Buelvas
Directora General
cbuelvas@llorenteycuenca.com

Av. 12 de Octubre 1830 y Cordero.
Edificio World Trade Center, Torre B, piso 11
Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador)
Tel: +593 2 2565820

Río de Janeiro

Yeray Carretero
Director
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 – sala 1801
Rio de Janeiro – RJ (Brasil)
Tel: +55 21 3797 6400

São Paulo

Juan Carlos Gozzer
Director General
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, CJ 111, Cerqueira César
CEP 01426-001 São Paulo SP (Brasil)
Tel: +55 11 3060 3390

Santiago de Chile

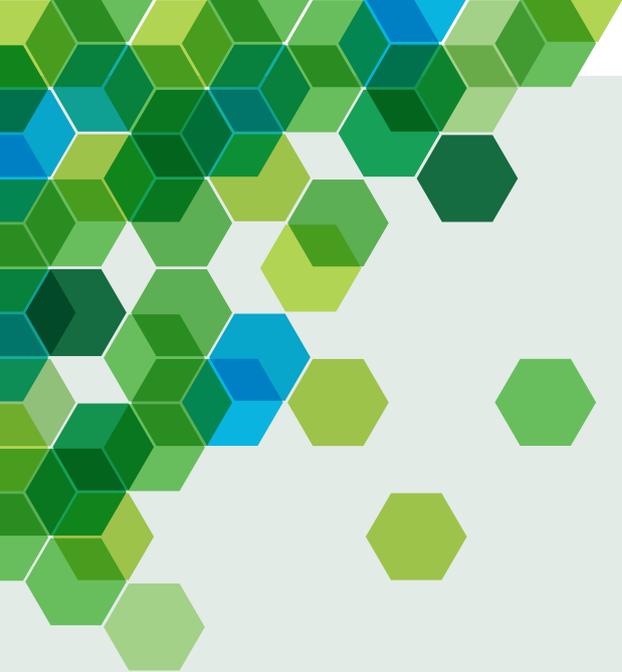
Claudio Ramírez
Socio y Gerente General
cramirez@llorenteycuenca.com

Avenida Vitacura 2939 Piso 10. Las Condes
Santiago de Chile (Chile)
Tel: +56 2 24315441

Santo Domingo

Alejandra Pellerano
Directora General
apellerano@llorenteycuenca.com

Avda. Abraham Lincoln
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Tel: +1 8096161975



d+i es el Centro de Ideas, Análisis y Tendencias de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

d+i es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la comunicación desde un posicionamiento independiente.

d+i es una corriente constante de ideas que adelanta nuevos tiempos de información y gestión empresarial.

Porque la realidad no es blanca o negra existe d+i LLORENTE & CUENCA.

www.dmasillorenteycuenca.com

d+i LLORENTE & CUENCA