

Estructuras de poder en el control de los medios televisivos privados de América andina

Structures of power in the control of the private television media of Andean America

Orlando E. Valdez-López; Luis M. Romero-Rodríguez; Ángel Hernando-Gómez

Cómo citar este artículo:

Valdez-López, Orlando E.; Romero-Rodríguez, Luis M., Hernando-Gómez, Ángel (2019). "Estructuras de poder en el control de los medios televisivos privados de América andina". *El profesional de la información*, v. 28, n. 6, e280605.

<https://doi.org/10.3145/epi.2019.nov.05>

Artículo recibido el 24-03-2019
Aceptación definitiva: 02-10-2019



Orlando E. Valdez-López ✉

<https://orcid.org/0000-0001-6038-7313>

Universidad Técnica de Oruro
Ciencias de la Comunicación Social
Av. 6 de octubre entre Ayacucho y
Cochabamba, Oruro, Bolivia
valdezlopezorlando@hotmail.com



Luis M. Romero-Rodríguez

<https://orcid.org/0000-0003-3924-1517>

Universidad Espíritu Santo
ESAI Business School, Ecuador
Universidad Rey Juan Carlos
Camino del Molino, s/n.
28943 Fuenlabrada (Madrid), España
luis@romero-rodriguez.com



Ángel Hernando-Gómez

<https://orcid.org/0000-0002-6414-5415>

Universidad de Huelva
Departamento de Psicología Social,
Evolutiva y de la Educación
Campus de El Carmen. Av. de las Fuerzas
Armadas, s/n. 21007 Huelva, España
angel.hernando@dpsi.uhu.es

Resumen

Se analiza y describe la configuración de las estructuras mediáticas de quienes controlan los medios televisivos de cobertura nacional en la América andina: Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú. A través de una revisión crítica de documentos, se pone de manifiesto que existen personas, grupos familiares, conglomerados empresariales nacionales y transnacionales de múltiples actividades, que tienen vínculos en varios casos con los políticos y gobiernos de turno, quienes constituyen las estructuras del poder mediático que dominan los contenidos de infoentretenimiento y la opinión pública; la economía y el mercado, el adoctrinamiento ideológico y la política gubernamental en los países de la región andina.

Palabras clave

Televisión privada; Estructuras de poder; Empresas transnacionales; Conglomerados mediáticos; Economía; Política; Gobierno; Contenidos televisivos; Opinión pública; Control mediático; Grupos de poder; Medios; Televisión; América Latina.

Financiación

Este trabajo se ha elaborado en el marco de *Alfamed (Red Euroamericana de Investigadores)*, con el apoyo del Proyecto I+D+I "YouTubers e instagrammers: la competencia mediática en los prosumidores emergentes" (RTI2018-093303-B-I00) financiado por la *Agencia Estatal de Investigación del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España* y el *Fondo Europeo de Desarrollo Regional (Feder)*.

Abstract

This article analyzes and describes the configuration of the media structures of those who control television media with national coverage in Andean America: Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador and Peru. Through a critical review of documents, it becomes clear that there are people, family groups, national and transnational business conglomerates of multiple activities, which have links in several cases with the politicians and governments in power, who constitute the structures of power, that dominate the content of infotainment and the public opinion; the economy and the market; ideological indoctrination and the government policy in the countries of the Andean region.

Keywords

Private television; Power structures; Transnational companies; Media conglomerates; Economy; Politics; Government; Television content; Public opinion; Media control; Power groups; Media; TV; Television chains; Latin America.

1. Introducción

En los países latinoamericanos los canales de televisión emergieron fundamentalmente por la acción de sus gobiernos. Cuando creció el espectro y se incrementaron las audiencias se conformaron empresas privadas y se licitaron licencias de transmisión. En varias regiones se adoptó el modelo televisivo de Estados Unidos, en cuanto a programación y producción de contenidos, salvo en Colombia y Chile, que adoptaron características de televisión pública y universitaria, aunque al final terminaron constituyéndose como instrumentos estatales y privados, repetidores de contenidos y formatos de producción extranjera (**Martín-Barbero**, 2005). En realidad, en todo el mundo el modelo y mercado de Estados Unidos tiene supremacía, su renta *per cápita* es elevada, exporta contenidos a precio reducido y tiene un amplio catálogo (**Delgado; Prado; Navarro**, 2017).

Los medios televisivos privados se han concentrado en consorcios familiares y conglomerados de grupos de élite económica que tienen vínculos con el poder político. Se distinguen distintos factores de negociación por el poder mediático/político. En este trabajo se analizan documentos sobre la situación mediática televisiva, donde la concentración de grupos de medios privados-comerciales ostentan desde hace varias décadas el control mediático (**De-Charras; Lozano**, 2017). Según **Toussaint** (2017)

“en la década de 1950 –fecha de comienzo de las primeras emisiones televisivas latinoamericanas– el esquema primigenio sufrió la influencia determinante del modelo comercial de Estados Unidos [...]. No hay economía de la región que no adopte las políticas imperiales, especialmente en materia de telecomunicaciones” (pp. 226-227).

La realidad del control de los medios televisivos en Latinoamérica es compleja por las posturas ideológicas marcadas por el poder político gubernamental y el poder económico empresarial. Este hecho ha cambiado frecuentemente el panorama mediático en desmedro de la televisión pública, donde han prevalecido los intereses particulares en el ejercicio del poder mediático concebido por el flujo económico, como indica con solvencia Ramón Reig, pues la tarea comunicacional ha sido absorbida por la nueva economía global [...]

“las grandes (y no tan grandes) empresas mediáticas, ya de por sí complejas, a su vez no son más que piezas de un rompecabezas macro-estructural llamado Mercado” (**Reig**, 2010, p. 89).

Gerber, Mastrini y Brant (2017) explicitan y justifican que la posición ideológica de los gobiernos de “izquierda” han favorecido la consolidación del ecosistema comunicacional con visión popular y en contra de la profusión de los medios privados, defendiendo que la regulación mediática debe ser una tarea inmediata y permanente. En este sentido, refieren que [...]

“asumir estas cuestiones le permitirá a la izquierda salir del laberinto en que se encuentra en relación a los grandes medios de comunicación de la región” (p. 15).

Sin embargo, esta situación resulta debatible por la función propagandística que cumplen en la sociedad los medios estatales afines al oficialismo en la región.

Los intereses mercantiles de las empresas privadas y las posiciones políticas de gobiernos de izquierda o de derecha gestan un escenario mediático confuso que deteriora las sociedades, un fenómeno que involucra también a la actividad periodística que se encuentra en crisis por el acoso económico y político de las estructuras poder, que activan la articulación interesada de las «6 P» (Propiedad, Política, Publicidad, Producción de la información, Públicos y Periodismo) para el control definitivo de la sociedad (**Reig**, 2015).

Una nueva forma de control y retención del poder gubernamental es: comprando medios privados a través de personas jurídicas afines al gobierno, para manejar de forma totalitaria la línea editorial del régimen

Los intereses mercantiles de las empresas privadas y las posiciones políticas de gobiernos gestan un escenario mediático confuso que deteriora las sociedades

Bajo este panorama ¿Quiénes controlan las estructuras mediáticas televisivas en la región andina? ¿Cuál es su propósito? A través de este trabajo de revisión crítica de bibliografía y fuentes originales públicas se buscará dilucidar estas cuestiones. Se ha empleado el método de análisis comparativo documental que según **Ariza y Gandini** (2012) en su acepción más habitual, ha sido definido como la descripción y la explicación de las condiciones y los resultados semejantes y diferentes entre unidades sociales grandes. El método comparativo de forma operativa (**Tonon**, 2011) describe semejanzas y desemejanzas. En esta línea, se trabajó con el presente, siendo su despliegue horizontal y cronológico, comparación de objetos que pertenecen al mismo género y que en el criterio de uniformidad se diferencia de la mera comparación. Se efectuó una prudente selección de los casos a comparar, tarea que se desarrolló siguiendo criterios metodológicos, lo cual significa que los casos elegidos presentan variables similares consideradas como constantes y las variables disimilares como datos interesantes contrastados respectivamente. En consecuencia, en este proceso investigativo comparativo,

“incluso pueden recolectarse datos adicionales para refinar el análisis [...] en un análisis cualitativo comparativo, son agrupados y se les efectúan mediciones para ahondar en las diferencias” (**Hernández; Fernández; Baptista**, 2010, p. 588)

En este trabajo de análisis comparativo, se diferencia, clasifica y se revela quiénes son los “dueños de la información”, y sus propósitos en el control de las estructuras mediáticas televisivas privadas de cobertura nacional en los países andinos de América del Sur: Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú.

2. Control de los medios televisivos privados en Argentina

Desde sus inicios, la televisión argentina estuvo vinculada al beneficio de las élites económicas y políticas que constituyen la política comunicacional mediática, razón de la lógica mercantil que se sustenta en la conformación de grupos de poder mediático (**Sanmartín; Avelino; Reyes; Cruz**, 2017). A fines del siglo pasado, el gobierno de Carlos Menem sostuvo un período de privatización de canales estatales. La televisión privada ingresó en el escenario mediático con gran expectativa, concibiendo programas de entretenimiento (**Brandy**, 2014).

En la actualidad, las concentraciones y conglomerados de empresas de medios de comunicación es una característica de los grupos de economía hegemónica en el control de los medios. Uno de ellos es el grupo *UNO Medios* (perteneciente a las familias Vila, 95 % y Manzano, 5% de acciones), que concentra por regiones el tendido de la red de TV por cable *Supercanal Holding* y TV abierta con 5 canales, entre ellos *LS85 Canal 2* de La Plata *América TV*. El grupo español internacional *Prisa* se extendió en todo sentido en la captación de medios, en 2016 vendió a la estadounidense *Viacom* el canal de televisión abierta *Telefe* por 345 millones de US\$ y otros ocho canales propios en el interior del país. También se incluyó en la venta *Telefe Internacional*, TV de pago de cobertura para América Latina con alrededor de 10 millones de suscriptores en más de una decena de países. El grupo *Clarín* es otro conglomerado mediático poderoso que cuenta con señales locales y nacionales, en televisión abierta la principal es *LS85 Canal 13* de la Capital Federal (**De-Charras; Lozano**, 2017).

El control privado televisivo incide en la vida democrática de la sociedad (**Trejo-Delarbre**, 2010) y la dispersión de audiencias favorece al control y a los *ratings* nacionales altos que poseen *Telefe* y *Canal 13*. La pertenencia de los medios televisivos corresponde a los siguientes grandes grupos de conglomerados (**Carenzo; Felipe**, 2018):

- grupo *Telefe* posee canal 11,
- grupo *Clarín* posee canal 13,
- grupo *Ávila* (Carlos Ávila) es el tercer grupo en importancia y posee *América TV*.

Según **Becerra y Mastrini** la correlación de fuerzas se concreta en las alianzas económicas y favores gubernamentales que provoca la crisis global respecto de las políticas y reglas cambiantes por los últimos gobiernos. En la actualidad la autorización de licencias para los grandes grupos reduce las asimetrías y ensancha las expectativas empresariales.

“El principal beneficiado es el grupo *Clarín*, que vio cómo desaparecieron los límites a su expansión -con apoyo gubernamental-, se le facilitó el acceso a nuevos mercados y se reguló en forma asimétrica a los otros grandes grupos [...]. Con la fusión entre *Clarín* y *Telecom*, el grupo pasa a detentar el control operativo” (**Becerra; Mastrini**, 2018, p. 1).

En la figura 1 se observa el panorama de los grupos empresariales que son dueños de los medios de comunicación en Argentina.

La democratización de la comunicación definida en las constituciones políticas de los países de la región es un hecho plausible, pero no suficiente en la práctica. Su aplicación desde una perspectiva político-partidista de gobierno no es significativa, y es poco provechosa para el público. El “tira y afloja” entre el ejercicio de los poderes económico y político es permanente. Según **Gerber, Mastrini y Brant** (2017) el gobierno de Néstor Kirchner no introdujo grandes alteraciones

Desde sus inicios, la televisión argentina estuvo vinculada al beneficio de las élites económicas y políticas que constituyen la política comunicacional mediática, razón de la lógica mercantil que se sustenta en la conformación de grupos de poder mediático



Figura 1. Dueños de los medios de comunicación en Argentina. Fuente: Elaborado a partir de Becerra y Mastrini (2018, p. 1) <http://bit.ly/2CkBeUt>

en la relación entre medios y poder. Los medios de comunicación continuaron con su pujante economía y coadyuvaron al gobierno, mientras que las mayores críticas vinieron de los medios vinculados a las posiciones del poder económico más concentrado, como el diario *La Nación*, pionero en la denuncia del populismo y la corrupción. En ese primer período, el grupo *Clarín* sostuvo un prudente silencio al respecto.

Tabla 1. Medios nacionales televisivos privados de Argentina

Nº	Medio TV	Inicio	Función/programación	Control
1	<i>Elnueve</i>	1960	Informar y entretener (generalista)	<i>Albavisión</i> (Remigio Ángel González) <i>Telearte SA</i>
2	<i>Eltrece</i>	1960	Informar y entretener (generalista)	<i>Grupo Clarín</i> (Principales accionistas: Ernestina Herrera de Noble, Héctor Horacio Magnetto, José Antonio Aranda, y Lucio Rafael Pagliaro) <i>Arte Radiotelevisivo Argentino SA</i>
3	<i>Telefe</i>	1961	Informar y entretener (generalista)	<i>Viacom EUA</i> (Presidente para América: Pierluigi Gazzolo) <i>Televisión Federal SA</i>
4	<i>América</i>	1966	Informar y entretener (generalista)	<i>Grupo América</i> (Presidente: Daniel Eduardo Vila) y Claudio Belocoppitt. Operado por: <i>América TV SA</i>
5	<i>Net TV</i>	2018	Entretener	<i>Grupo Perfil</i> (Jorge Alberto Fontevicchia) <i>Kuarzo Entertainment Argentina</i>

La articulación política con los grupos empresariales-mediáticos ha sido una constante en el control de los medios televisivos en Argentina, situación que afecta a los contenidos que se presentan sesgados, o con carga sensacionalista y banalidad, reflejados en programas como los de infoentretenimiento, que es la presentación espectacular de información de hechos generales de forma entretenida. Esta situación va en contraposición a una televisión de calidad que exige la ciudadanía.

3. Control de los medios televisivos privados en Bolivia

La televisión privada se creó en 1979 y como empresa comercial se propició a partir de 1984 (Toussaint, 2017). Durante este período se produjo un sistema mediático condicionado de intereses empresariales comerciales y políticos, además de la regulación y la tecnificación interna de los medios. En la década de 1990 y en el nuevo milenio se procedió a la configuración mercantil de los medios, inversión de capitales extranjeros y la conformación de grupos mediáticos. Entre

los grupos de propietarios de medios televisivos nacionales se hallan:

- Grupo Prisa (España) dueño del canal ATB,
- familia Monasterio dueña del canal UNITEL,
- familia Kuljis de la Red UNO,
- familia Asbún (*Illimani de Comunicaciones*) dueña de canal 5 *Bolivisión*.

Tras la crisis de Estado en 2003 se empezó con la “reconformación” del sistema de medios de comunicación, con más cobertura y licencias para medios de comunidades “sociales-origenarias” (Contreras-Baspineiro, 2005).

Luego de la debacle en la democracia boliviana en 2003, con la transición gubernamental de Carlos Mesa y la ascensión del gobierno de Evo Morales el año 2005, se empezó a reconfigurar el panorama mediático, en la posibilidad del control de los medios para los grupos sociales, y también la oportunidad del gobierno para el control mediático:

“Lejos de la lógica mercantil que guió la reestructuración de 1984-85 la actual reconfiguración del campo mediático está articulada por la pugna en pos del control del poder político e implica una división bipolar de dicho campo. El predominio de la iniciativa privada [...] está hoy sustituido por el de la iniciativa gubernamental” (Torrico-Villanueva, 2011, p. 259).

Los medios de comunicación nacionales influyentes que pertenecían a la empresa privada por varios años durante la actual gestión de gobierno sufrieron un cambio en el control del sistema mediático (Peñaranda, 2014). Los diarios *La Razón*, *Extra* y la teledifusora ATB (canal de alto rating) fueron parte del grupo español Prisa hasta 2009, año en el que cambiaron de dueño, se conformó una empresa desconocida de nombre *Akaishi Investments* con personas responsables afines al gobierno. El canal red PAT, fundado en 1990 por un grupo de periodistas, fue luego vendido al empresario Abdallah Daher en 2007, y posteriormente comprado por la *Comercializadora Multimedia del Sur SRL* cuyo representante legal es José Luis Valencia, empresa y personaje desconocido en el ámbito empresarial-mediático pero muy próximo al gobierno. El precitado autor remarca que las negociaciones de la compra de medios de comunicación “paraestatales” avanzaron en varias reuniones. En una de esas el director de ATB Jaime Iturri fue mediador en la negociación para la compra de PAT:

“Iturri les explicó entonces que el gobierno mantenía el interés de compra de la empresa [...] García Linera -Vicepresidente de Bolivia- entró en la *suite*, conversó sobre aspectos varios y luego abordó el asunto: señaló que estaba al tanto de los avances en las negociaciones” (Peñaranda, 2014, p. 41).

El autor del libro *Control Remoto*, Peñaranda (2014), determina la presunta injerencia gubernamental a través de la vicepresidencia en la compra y el control de los medios televisivos ATB, PAT, Full TV y el periódico *La Razón*, con el fin de controlar la línea editorial y la opinión pública. Álvaro García Linera niega tal participación y dice ser sólo “dueño de libros” (Erbol, 2014).

En la parte legal, la distribución de los canales de televisión a partir de 2011 con la *Ley General de Telecomunicaciones*, y *Tecnologías de Información y Comunicación* determina la “nueva repartición” de las frecuencias de medios de comunicación. En el artículo 10 señala que el 33% corresponde a medios del Estado, 33% para uso comercial empresarial privado, el 17% para medios comunitarios, y el otro 17% para pueblos indígenas originarios.

Al parecer esto no se cumple. Según la ministra de Comunicación de Bolivia,

“Luego de la debacle en la democracia boliviana en 2003, con la transición gubernamental de Carlos Mesa y la oportunidad de la ascensión del gobierno de Evo Morales el año 2005, se empezó a reconfigurar el panorama mediático”



Figura 2. Publicaciones sobre los medios “paraestatales” en Bolivia. Fuente: Elaborado a partir del periódico digital *infodiez* (<http://bit.ly/2HN8kR8>), el periódico *El día* (<http://bit.ly/2Tt6Spl>), el periódico *Cambio* (<http://bit.ly/2OoXFNV>) y *Periodismo en las Américas* (<http://bit.ly/2USkc8r>)

Gisela López, alrededor de un 80% son medios de comunicación privados, un 20 % no son precisamente estatales, sino son administrados por movimientos sociales, y un porcentaje mínimo pertenece al Estado: una cadena de televisión, una cadena de radio y un periódico (Ackerman, 2018), situación que confirma la presencia privada en el control de los medios.

Según la *ATT-Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes* (2019) las razones sociales de las licencias de funcionamiento de los medios televisivos privados de Bolivia son las siguientes:

- *Unitel*, propiedad de la *Empresa de Comunicaciones del Oriente Ltda.*
- *RTP (Radio Televisión Popular)*, de *Radiodifusoras Populares SA*
- *ATB*, de *Illimani de Comunicaciones SA*
- *Red Uno*, de *Bolivia SA*
- *Cadena A*, de la *Compañía Comercial Minera Ricacruz Ltda.*

Cabe señalar que la *ATT* mantiene las razones sociales prescritas para las redes *PAT* y *Bolivisión*.

En este escenario de control mediático, al gobierno de Evo Morales le incomodan las críticas de especialistas en el área de comunicación, sobre el vínculo que tendría el gobierno con algunos medios privados de alcance nacional como *ATB*, *PAT* y otros medios. El juego de intereses es notorio por el control de las estructuras del poder mediático, sean estos comerciales o políticos, por consiguiente, el control del flujo informativo interesado en incidir y manejar la opinión pública. También, se pone de manifiesto un nuevo tipo de estructura mediática de poder, compuesta por medios estatales y privados cuyos “dueños” son personas afines al régimen. El resultado es: control y poder mediático total del gobierno de turno.

La historia de la TV colombiana describe la sucesiva disolución de la televisión pública y el favorecimiento a los intereses económicos privados de las élites y conglomerados transnacionales que confunden lo público y lo privado en la circulación de contenidos

Tabla 2. Medios nacionales televisivos privados de Bolivia

Nº	Medio TV	Inicio	Función/programación	Control
1	<i>Red ATB</i>	1984	Informar y entretener (generalista)	<i>Illimani de Comunicaciones SA / Akaishi Investments</i>
2	<i>Red Uno</i>	1984	Informar y entretener (generalista)	<i>Red Uno de Bolivia SA (Grupo Kuljis)</i>
3	<i>RTP</i>	1984	Informar y entretener (generalista)	<i>Radiodifusoras Populares SA</i>
4	<i>Unitel</i>	1987	Informar y entretener (generalista)	<i>Empresa de Comunicaciones del Oriente Ltda. (Osvaldo Monasterio Añez)</i>
5	<i>Bolivisión</i>	1996	Informar y entretener (generalista)	<i>Albavisión (Remigio Ángel González) Bolivisión SRL</i>
6	<i>PAT</i>	1998	Entretener (generalista)	<i>Comercializadora Multimedia del Sur SRL</i>
7	<i>Cadena A</i>	2009	Informar y entretener (generalista)	<i>Compañía Comercial Minera Ricacruz Ltda.</i>

4. Control de los medios televisivos privados en Colombia

Desde el inicio de la televisión nacional en 1954, de característica pública, educativa y cultural hasta el fin del gobierno del *Frente Nacional* (1975), se propició un modelo mixto de funcionamiento con participación externa. Desde ese año hasta 1984 se evidenció la tendencia privatizadora de la televisión nacional pública (García-Ramírez; Barbosa, 2016). La historia de la TV colombiana describe la sucesiva disolución de la televisión pública y el favorecimiento a los intereses económicos privados de las élites y conglomerados transnacionales que confunden lo público y lo privado en la circulación de contenidos (Gutiérrez, 2015).

Según Arenas (2015) el control de los medios televisivos en Colombia está en manos del duopolio mediático de las corporaciones *Caracol* y *RCN*. Entre los dos, poseen aproximadamente el 50% de la cuota de audiencia. Los colombianos por más de quince años ansían tener un tercer canal nacional que haga frente a este modelo de control, cada vez que el gobierno intenta cambiar este panorama, los dos canales se vuelven en aliados para objetar nuevas políticas de administración y de contenidos mediáticos.

El control de contenidos TV por las transnacionales provoca contaminación en la programación, plagada de: infoentretenimiento, banalidad y morbo

5. Control de los medios televisivos privados en Chile

La primera televisión privada se originó en la década de 1960 a través de la *Compañía Nacional de Radiodifusión y Televisión* que consolidó los cimientos de *TV Radio Bolívar* en 1961. Este medio privado fue primer canal que emitió una programación comercial (Hurtado, 1989). Durante esa década aparecieron 7 canales, y al finalizar el régimen militar de Augusto Pinochet el canal *TVN* –de titularidad pública– expandió las frecuencias con tendencia privada. Nació así *Megavisión* –en la actualidad canal 9 *Mega*–, y al mismo tiempo la repetidora *Cajón del Maipo* dio nacimiento a la red *Frecuencia 4*, con tendencia heredada del gobierno militar. En el gobierno democrático de Patricio Aylwin se fundaron la *Red TV* y *Telecanal* que competían insuficientemente por la audiencia en la exhibición de contenidos con películas y series extranjeras (Riesenberg, 2007).

En base a los datos actuales de la web oficiales de los canales de cobertura nacional privada, y según a la cronología histórica de la TV abierta planteada por Ortega (2008), se visibilizan los canales que se encuentran vigentes:

- Canal 2 *Telecanal* nació el 16 de agosto de 1995 como *Rock&Pop*, de propiedad de Jaime Cuadrado desde 2005, y recientemente de propiedad y control del grupo *Albavisión*.
- Canal 4 *La Red* inició transmisiones en 1991, también controlado actualmente por el conglomerado *Albavisión* del magnate mexicano Remigio Ángel González.
- Canal 5 de la *Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV)*, es el canal más antiguo de la República; inició sus transmisiones el 5 de octubre de 1957. Actualmente se denomina *TV+* de propiedad de *Media 23 SpA* y *PUCV* regentado por Fernando Gualda.
- Canal 9 *Mega*, fue el primer canal privado de origen, que emite señal desde el 22 de octubre de 1990. Actualmente es propiedad de *Holdings Bethia* y *Discovery Inc.* (cuyos dueños son Liliana Solari y Carlos Heller Solari).
- Canal 11 *Chilevisión* inició actividades el 4 de noviembre de 1960. El uso le pertenece desde 2005 a una sociedad privada dirigida por el empresario Sebastián Piñera –actual presidente de Chile–, que para estos momentos pertenece a la norteamericana *Turner*, casa fundadora de *CNN*, *Cartoon Network* y *TNT*, entre otras señales.
- Canal 13 fue creado por la *Universidad Católica* el año 1959. En los últimos años cambió definitivamente de dueño, privatizándose.

El panorama televisivo privado se incentivó durante la década de los noventa, especialmente con el traspaso de canales universitarios a empresarios y corporaciones. Tal es el caso de la *Universidad de Chile*, que pasó a constituir *Chilevisión*, luego el canal 13 de la *Pontificia Universidad Católica de Chile* a partir de noviembre del año 2017 pasó al control del *Grupo Luksic* (propietario Andrónico Luksic) una de las corporaciones de empresas principales de Chile (Santa-Cruz-Achurra, 2017). En la figura 5 se observa las conexiones políticas y económicas que tiene Luksic, propietario de uno de los medios de TV más grandes de Chile.

La característica principal en la relación comunicación y poder en América andina es que quienes controlan el poder mediático, también controlan el poder político y económico

De esa historia, hoy la televisión privada goza de la comercialización de contenidos expuestos en las programaciones televisivas, que es controlado por grupos de empresarios nacionales y transnacionales, algunos de ellos con fuertes vínculos políticos.

Tabla 4. Medios nacionales televisivos privados de Chile

Nº	Medio TV	Inicio	Función/programación	Control
1	<i>TV+</i>	1957/2017	Entretenimiento (generalista)	<i>Media 23 SpA</i> y <i>PUCV</i> Gerente: Fernando Gualda Torres. Operado por <i>TV+SpA</i>
2	<i>Canal 13</i>	1959/2017	Informar y entretener (generalista)	<i>Grupo Luksic</i> . Propietario: Andrónico Luksic. Operado por <i>Canal 13 SpA</i>
3	<i>Chilevisión</i>	1960 2005/2018	Informar y entretener (generalista)	<i>WarnerMedia-Grupo Turner Broadcasting System Latinoamérica</i> . Presidente: Jorge Carey Vicepresidente: Gustavo Minaker
4	<i>Mega</i>	1990	Informar y entretener (generalista)	<i>Holdings Bethia</i> y <i>Discovery Inc.</i> Liliana Solari y Carlos Heller Solari. Operado por <i>Red Televisiva Megavisión</i>
5	<i>La red</i>	1991	Entretenimiento	<i>Albavisión</i> . Propietario Remigio Ángel González. <i>Red de Telecanal (Canal Dos SA)</i>
6	<i>Telecanal</i>	1995/2005	Entretenimiento	<i>Albavisión</i> . Propietario Remigio Ángel González. Operado por <i>Compañía Chilena de Televisión</i>



Figura 5. Andrés Luksic, propietario de Canal 13, y sus conexiones. Fuente: <http://bit.ly/2JoaMjM>

6. Control de los medios televisivos privados en Ecuador

La televisión emergió por iniciativa privada de la Familia Rosenbaum en 1960 que actuaba en el canal 4 que posteriormente se denominó *RTS (Red Telesistema)*. A partir de entonces los medios privados acapararon el sistema televisivo en Ecuador. El 1 de marzo de 1967 Xavier Alvarado Roca inició transmisiones de *Ecuavisa*, luego en 1974 comenzó sus transmisiones *Teleamazonas*, primera red a color del país y, así sucesivamente, la industria televisiva privada se expandía, gestándose: canal 2 en Guayaquil, canal 8 en Quito, *Telecentro* y el canal 10 (**Guerrero-Córdova**, 2010).

Los dueños de los medios ecuatorianos y su relación de pertenencia con Bancos no actuaban como garantes del orden democrático. Al contrario, usaban los medios para proteger sus intereses y los de sus amigos, y en ocasiones atacar a sus rivales. De algún modo los dueños de los bancos eran también dueños de los medios. Un ejemplo es *Telecentro* (hoy *Televisión*): su dueño Fernando Aspiazú, estaba inmiscuido en el escándalo de *Banco Progreso* (1999-2000).

Otros casos son: Grupo *Egas Grijalva*, dueño del *Banco Pichincha*, es propietario de *Teleamazonas*. El grupo *Eljury*, dueño del *Banco del Azuay*, es propietario también de *ETV Telerama*. Ante esta situación, el sistema informativo ecuatoriano, sobre todo la televisión, perdió credibilidad durante la larga crisis. Varios propietarios huyeron del país al inicio del proceso y utilizaron sus canales de televisión para defenderse (**Checa-Godoy**, 2012).

Producto de esta crisis, el gobierno de Correa logró confiscar dos medios privados televisivos (**Jordán; Panchana**, 2010) vinculados al grupo *Isaías*, ex dueños del clausurado *Filanbanco*: *Gama TV* hoy *Gamavisión* y *TC Televisión*, televisoras que tenían el 38,5% de la audiencia nacional de noticias en televisión abierta. Esta situación generó reacción de la *SIP (Sociedad Interamericana de Prensa)*, Gonzalo Marroquín su presidente refería que es una forma de someter la política editorial y la censura de prensa desde el Gobierno.

Los dueños de medios televisivos que dominaban en el Ecuador antes de la aprobación de la *LOC (Ley Orgánica de Comunicación)*, de los cuales muchos se mantienen aún son:

- Grupo *Eljury*, dueño de *Telerama* (12 frecuencias), *Banco del Austro* y otras empresas.
- Grupo *Alvarado Roca*, dueño de *Ecuavisa* (19 frecuencias), revistas: *Vistazo*, *Hogar*, *Estadio*, *Generación*, *Editores Nacionales Ensa*, *Corporación Ecuatoriana de Negocios de Telecomunicaciones*, además de acciones en *Univisa*, entre otros.
- Grupo *Egas Grijalva*, dueño de *Teleamazonas*, *Banco Pichincha*, equipo de fútbol de la *Universidad Católica*, y otras 12 empresas, además de acciones en el *Diario Hoy*, *Hotel Colón*, *Tecnocar*, entre otros 16 tipos de acciones en empresas (**Estrella-Tutivén**, 2018).

Según la web oficial de la *Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones (Arcotel)* del *Gobierno Nacional de la República del Ecuador* (2019) se registran los siguientes canales de televisión de cobertura nacional privados que se encuentran vigentes:

- *Red Telesistema RTS (Telecuatro Guayaquil CA)*;
- *Teleamazonas (Teleamazonas Guayaquil SA)*;
- *Televiscentro (Organización Ecuatoriana de Televisión Ortel)*;
- *Canal Uno (Relad SA)*;
- *Telerama (Televisión Ecuatoriana Telerama SA)*;
- *RTU, Radio y Televisión Unidas* (concesionario y representante legal José Oswaldo Peñaherrera Muñoz);
- *UCSG Televisión (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil)*;
- *Canela TV (Televisión Costera Coste SA)*;
- *Ecuavisa (Corporación Ecuatoriana de Televisión C. Ltda.)*; y
- *Oromartv (Sistemas Globales de Comunicación HCglobal SA)*.

Respecto del control transnacional de medios televisivos del Ecuador, el grupo intercontinental *Albavisión* lidera la propiedad y manejo de medios de cobertura nacional importantes en el país, entre ellos *RTS*, *Televiscentro* y *LaTele*. Remigio Ángel González es el dueño de la red de medios *Albavisión* en Ecuador (figura 6).

Los medios privados televisivos ecuatorianos de alcance nacional que difunden en distintas tecnologías, son controlados en algunos casos por bancos, empresas nacionales y transnacionales de múltiples rubros, cuyo propósito es la hegemonía mediática; les interesa la promoción de contenidos de infoentretenimiento.



Figura 6. Dominio en la TV de Ecuador de *Albavisión*.
Fuente: <http://www.albavision.tv/ecuador>

Tabla 5. Medios nacionales televisivos privados de Ecuador

Nº	Medio TV	Inicio	Función/ programación	Control
1	<i>RTS-Red Telesistema</i>	1960/1977	Entretenimiento e información general	<i>Albavisión</i> : Remigio Ángel González <i>Telecuatro Guayaquil CA</i>
2	<i>Ecuavisa</i>	1967	Entretenimiento e información general	<i>Grupo Alvarado Roca. Corporación Ecuatoriana de Televisión SA</i> (Guayaquil) <i>Televisora Nacional Compañía Anónima Telenacional CA</i> (Quito)
3	<i>Teleamazonas</i>	1974	Entretenimiento e información general	<i>Grupo Teleamazonas Centro de Radio y Televisión, Cratel SA</i> (Quito) <i>Teleamazonas Guayaquil SA</i> (Guayaquil)
4	<i>Televiscentro</i>	1984/2016	Información y Entretenimiento general	<i>Albavisión</i> : Remigio Ángel González Operado por: <i>Organización Ecuatoriana de Televisión Ortel</i>
5	<i>Canal Uno</i>	1992	Entretenimiento e información general	<i>Grupo Rivas</i> Operado por: <i>Relad Canal Uno SA</i>
6	<i>Telerama</i>	1993	Entretenimiento e información general	<i>Internacional Motors Company Inc. y Cardizales Oroibéricos SA</i> Operado por: <i>Televisión Ecuatoriana SA</i>
7	<i>RTU-Radio y Televisión Unidas</i>	2005	Entretenimiento, información y cultura en general	José Oswaldo Peñaherrera Muñoz, Roberto Manciatí Alarcón y César Augusto Alarcón Lombeyda
8	<i>UCSG Televisión</i>	2007	Información y cultura general	<i>Universidad Católica Santiago de Guayaquil</i>
9	<i>Canela TV</i>	2010	Entretenimiento musical	<i>Grupo Canela</i>
10	<i>Oromartv</i>	2010	Información y entretenimiento	<i>Sistemas Globales de Comunicación HC, Global SA</i>
11	<i>Latele</i>	2011	Entretenimiento juvenil	<i>Albavisión</i> : Remigio Ángel González

7. Control de los medios televisivos privados en Perú

Los medios privados desde sus inicios tuvieron una conexión familiar proveniente de los dueños de medios radiofónicos, que por tradición se hicieron cargo del control de la teledifusión. Según **Acevedo** (2016) el modelo peruano tiene rasgos liberales provenientes principalmente de Estados Unidos de predominio empresarial en el control con cierta regulación del Estado, además de la característica clientelar entre políticos y empresarios de los medios. Durante el segundo gobierno de Alan García e inicios del gobierno de Ollanta Umala, se favoreció a los principales grupos de TV nacionales, acentuándose la concentración de medios en grupos empresariales de élite, minimizando el acceso a decenas de pequeñas empresas.

“El hecho más reciente que reavivó el debate sobre la propiedad de los medios de comunicación en el Perú y los niveles de participación en los mercados de la prensa, la radio y la televisión [...] fue la adquisición del Grupo *El Comercio* [...] del 54% de las acciones de *Epenso*” (**Acevedo**, 2016, p. 7).

América Televisión fue la primera teledifusora privada que inició su actividad en diciembre de 1958. El segundo en su aparición fue *Panamericana de Televisión* que inició en octubre de 1959, y recién en la década de los ochenta del siglo pasado aparecieron otras empresas. A fines del pasado siglo se crearon varios canales de TV y en los primeros años del presente siglo ya muchos inversores observaron como una oportunidad de negocio la posesión medios (**Dettleff**, 2012).

En Perú y otros países del continente los grupos de dominio mediático desarrollaron mercados grandes a través de la compra de mercados medianos y pequeños, con la compra de acciones parciales y en casos totales de los canales de TV. Grupos como *Televisa*, *Azteca* y *Albavisión* (México), *Cisneros* (Venezuela), adquirieron canales en Chile, Ecuador, El Salvador y Perú. Por ejemplo, *América TV* fue absorbida por la programación mexicana impuesta por los grupos *Televisa* y *Albavisión* que controlaban los negocios (**Waisbord**, 2000). Actualmente, *América Televisión* pertenece al grupo *Plural TV*, que conforman los empresarios de los diarios *El Comercio* con el 70% de acciones y *La República* con el 30% de acciones; además se confirma que tienen vínculos con *Televisa* de México (**Atarama-Rojas; Castañeda-Purizaga; Londoño-Moreno**, 2017).

Los principales medios televisivos privados según **Castilla, Castro y Yáñez** (2016) son grupos multimedia que tienen acciones en los rubros de la construcción, aerolíneas y el grupo de inversiones más importantes del Perú que tienen bajo su posesión a: *Graña & Montero*, *Latam Perú* y *Wiese*. También, el magnate mexicano Remigio Ángel González (grupo *Albavisión*), desde Miami controla un imperio de 124 medios de comunicación en varios países de América Latina, además de un fondo de inversión que tiene acciones mineras y maneja millones de dólares de *Credicorp* y *Sura* –aseguradoras– desde un paraíso fiscal en las Islas Vírgenes Británicas y Caimán. Todos estos grupos concentran el 80% de los ingresos de la industria mediática del Perú, que constituyen el “paraíso mediático” de los dueños de grupos de medios privados en ese país.

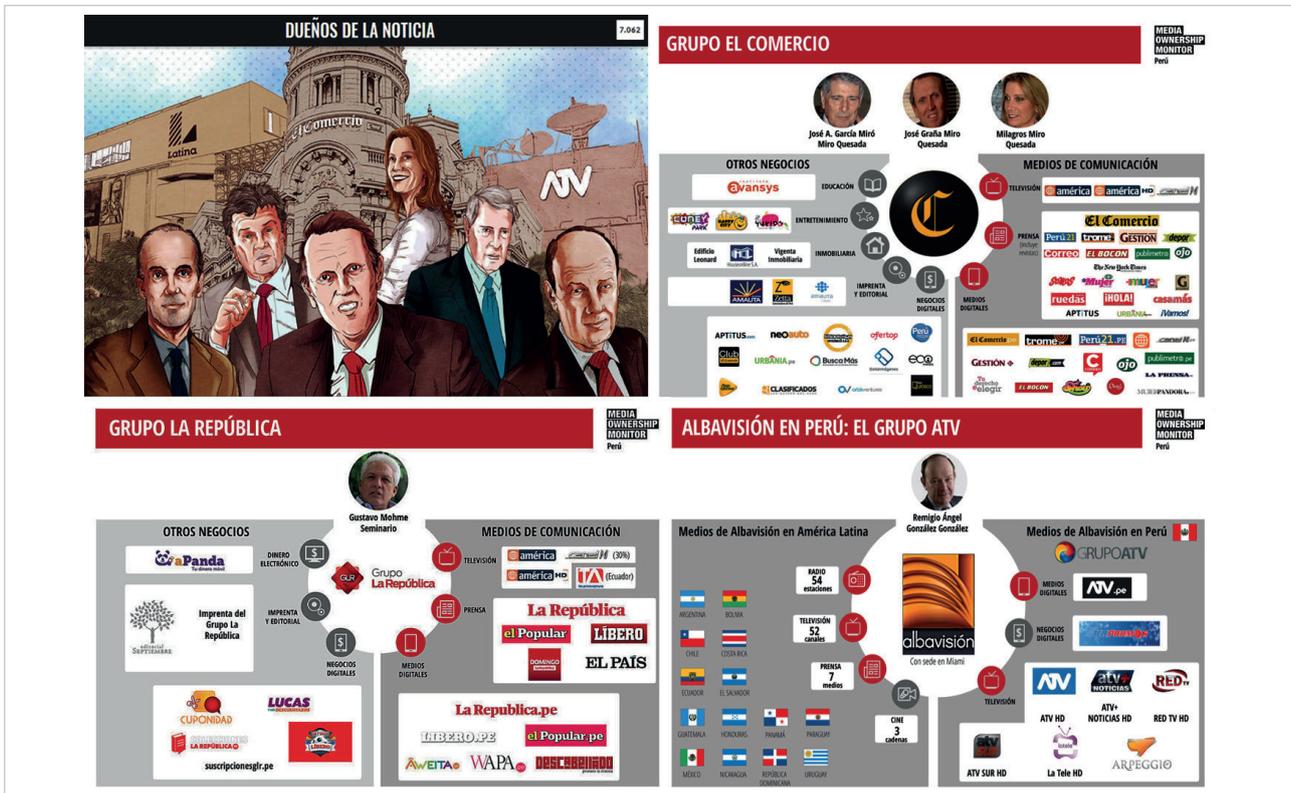


Figura 7. Dueños de los medios privados en Perú.
Fuente: Elaborado a partir de **Castilla, Castro y Yáñez**, (2016)
<http://bit.ly/2QJvwk2>

Este panorama en la historia mediática del Perú tiene trascendencia política y comercial, de empresas que se brindan a negocios “turbios” en el escenario mediático y político del país, lo que ha marcado el desarrollo democrático eleccionario. Por ej., según **Gargurevich (2015)**, en las operaciones mediáticas manejadas por el entonces presidente Fujimori y su asesor Vladimiro Montesinos a través de publicistas, confesó haber pagado sumas de dinero millonarias a diversos medios de comunicación televisivos influyentes a cambio del apoyo al régimen.

La concentración mediática en pocas manos, sea económica o política, es dinámica y estable, conforma una “telaraña mediática” que es absorbida por la economía de mercado

Los medios privados televisivos nacionales peruanos, su función y tipo de programación están bajo el control clientelar entre los conglomerados empresariales familiares nacionales e internacionales de múltiples actividades, y los políticos que se suman al negocio mediático.

Tabla 6. Medios nacionales televisivos privados del Perú

Nº	Medio TV	Inicio	Función/programación	Control
1	<i>América Televisión</i>	1958	Informar y entretener (generalista)	<i>Compañía Peruana De Radiodifusión SA, Grupo Plural TV: Familia Miró Quesada (El Comercio) y familia Mohme Seminario (La República)</i>
2	<i>Panamericana de Televisión</i>	1959	Informar y entretener (generalista)	<i>Panamericana Televisión SA: Familia Schütz</i>
3	<i>Latina Televisión</i>	1983	Informar y entretener (generalista)	<i>Grupo Enfoca, operado por Compañía Latinoamericana de Radiodifusión</i>
4	<i>ATV</i>	1983	Informar y entretener (generalista)	<i>Albavisión: Remigio Ángel González</i>
5	<i>Latele</i>	2009	Entretenimiento infantil y juvenil	<i>Albavisión: Remigio Ángel González</i>
6	<i>América Next</i>	2017	Informar y entretener (generalista)	<i>Conglomerado ATV y América Televisión</i>

8. Conclusiones: los dueños de los medios en el mapa del control TV andino

Luego de haber tratado de manera particular la pertenencia-control de los medios televisivos en cada país de la región andina, con la aplicación del método de análisis comparativo documental, se sintetiza de manera sustancial en un mapa de los principales dueños que tienen el control y poder mediático televisivo en sus manos. Existen grupos familiares, conglomerados empresariales, hasta instituciones de gobierno que controlan los medios, para sus intereses sean económicos o políticos, de pronto ambos.

La concentración mediática en pocas manos, sea económica o política, es dinámica y estable, conforma una “telaraña mediática” que es absorbida por la economía de mercado. En este complejo se manejan muchos intereses que superan lo mediático, se concreta entonces una articulación empresarial de todo tipo: grupos empresariales de medios de comunicación con otros rubros empresariales. En este panorama es difícil que la televisión privada pueda tener contenidos de calidad, ante la manipulación del mercado que no concuerda con los derechos de los ciudadanos. En ese descriterio, una forma de control de audiencias es el mito del miedo que los medios de comunicación diseminan (**Reig, 2011; 2013; 2018; Reig; Mancinas-Chávez; Nogales-Bocio, 2014**).

Un tipo de concentración mediática es el grupo empresarial *Clarín* en Argentina que tiene larga tradición, y ha constituido una red corporativa que acaparó muchas empresas del rubro (**Trejo-Delarbre, 2010**). Otra “telaraña mediática” es *Albavisión*, que controla gran cantidad de medios televisivos en el continente. El grupo *Ardila Lülle* en Colombia, el grupo *Luksic* y el grupo *WarnerMedia-Turner Broadcasting* en Chile, el grupo *Alvarado Roca* en Ecuador, grupo *El Comercio* en el Perú. Los grupos *Monasterio*, *Kuljis*, *Akaishi Investments (Red ATV)*, y la comercializadora *Multimedia del Sur SRL (Red PAT)* en Bolivia. Estos dos últimos son considerados como empresas “paraestatales” subordinadas al gobierno (**Peñaranda, 2014**).

Asimismo, los canales estatales televisivos que son controlados por los gobiernos manejan contenidos para un propósito ideológico-político particular. Esta forma de proceder mediático puede ser considerado como medio ya no estatal o público, sino como medio particular de gobierno que “vende” su ideología política, característica fundamental de los gobiernos populistas en la región. En el caso de Bolivia (**Herrera, 2008**), los servicios de noticias del programa *Bolivia Informa* del canal estatal *BTV (Bolivia TV)* prevalece la cobertura informativa inherente al gobierno, cuya relevancia noticiosa que respalda al oficialismo proviene de las autoridades de gobierno, representantes del oficialismo, sindicatos, sectores sociales, el mismo presidente, y otros.

El acto clientelar entre empresas mediáticas y políticos es una forma de correspondencia mutua: comparten el poder económico y el gobierno de las naciones

“La instrumentalización propagandística-gubernamental de los medios de difusión estatales ha cercenado las posibilidades de la discusión sobre el papel de estos medios [...], bajo el empeño de transformar los medios estatales (sino más bien gubernamentales) a medios públicos” (p. 233).



Figura 8. Control mediático TV latinoamericano de Remigio Ángel González “El Fantasma”, dueño de Albavisión. Fuentes: web Albavisión y revista Poder y Negocios <http://www.albavision.tv> <http://bit.ly/2FiIMCQ>

La presencia gubernamental-presidencial a diario está presente en la programación de BTV que incluso transmite en vivo las actividades del gobierno y del presidente Evo Morales que duran horas, e interrumpe en cualquier momento su programación.

“En tres diferentes actos, organizaciones sociales afines al MAS, proclamaron ayer al binomio Evo-Álvaro. Dos de los actos políticos fueron transmitidos de principio al final por la estatal Bolivia TV” (Layme, 2019).

Dista demasiado transformar al canal estatal en televisión pública que imparta contenidos educativos de servicio público y permita la pluralidad de criterios que no sean necesariamente afines a los intereses particulares del gobierno. Quizá una normativa consensuada con la ciudadanía representada podría transformar el panorama de los medios estatales (Campos-Freire; Soengas-Pérez; Rodríguez-Castro, 2018) hecho que permitiría frenar las interferencias o la manipulación política-gubernamental de los contenidos de los medios públicos-estatales en los países de la región.

Por el lado de los medios privados comerciales, una de las corporaciones internacionales multimédios que tiene gran presencia en el control de los medios televisivos en casi todos los países andinos de Suramérica es el consorcio Albavisión del multimillonario Remigio Ángel González. La misma web oficial de Albavisión (<https://www.albavision.tv>) señala que es la primera red de medios de comunicación por afiliación en América Latina. Afirman que tienen un crecimiento constante mediante la adhesión de nuevos afiliados, conecta a 114 millones de personas en 16 países. Los medios afiliados a la red Albavisión, tienen presencia en Centroamérica, Suramérica y el Caribe. En la actualidad, el número de afiliados lo conforman 45 canales de televisión, 68 emisoras de radio, 65 salas de proyección cinematográfica y 1 medio impreso. Albavisión es la red corporativa televisiva más grande del continente, que controla el poder económico y los contenidos televisivos.

Cinco de seis países de la región andina (Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú) son del dominio televisivo del controvertido magnate mexicano Remigio Ángel González, nacido en Nuevo León en 1945, tiene también nacionalidad estadounidense,

“en 1987 estuvo preso en el Reclusorio Oriente debido a que no pagó a Gustavo Alatraste, empresario de espectáculos, por el alquiler de unas salas de cine. Al salir decidió radicar en Miami, donde opera el Grupo Albavisión” (Oalvizo, 2017, p. 1).

En el mapa de control televisivo (figura 9) se ubica a los grupos familiares, grupos empresariales nacionales, redes corporativas internacionales (transnacionales) que tienen el poder mediático, para controlar o manipular: los contenidos TV, audiencias TV (opinión pública), a los profesionales de la información, la



Figura 9. Mapa del control televisivo en la región andina

economía y hasta la política gubernamental en los países de la región andina, a través de conexiones y juegos de interés para poseer y ostentar en definitiva las estructuras del poder mediático económico/político en la región andina de Sudamérica.

El panorama mediático es más que preocupante, al parecer irreversible, y se complica cada vez más por una “telaraña mediática” que continúa creciendo en su estructura de poder y ganancias en “pocas manos”, además de los intereses de gobiernos por el control mediático para mimetizar la opinión pública, y retener el poder gubernamental. La única alternativa es formar profesionales y ciudadanos con pensamiento crítico, a través de la profusión del conocimiento mediático, contextualización e interpretación de la realidad social (Reig, 2015).

9. Referencias

- Acevedo, Jorge** (2016). “Monitoreo de propiedad de medios (MOM) Perú. Estudio del marco legal sobre la concentración de medios de comunicación en el Perú”. *Ojo público: reporteros sin fronteras*, 30 pp.
<http://bit.ly/2RohPfr>
- Ackerman, John** (2018). “¿Quiénes son los dueños de medios que defienden la Revolución en Bolivia?”. *Russia Today (RT)*. 13 diciembre.
<http://bit.ly/2FDkafO>
- Arenas, Paula** (2015). “El futuro de la televisión pública educativa y cultural. El caso de Señal Colombia”. *Boletín cultural y bibliográfico*, v. 49, n. 87, pp. 41-52.
<http://bit.ly/2TwF1k>
- Ariza, Marina; Gandini, Luciana** (2012). “El análisis comparativo cualitativo como estrategia metodológica”. En: Ariza, Marina; Velasco, Laura. *Métodos cualitativos y su aplicación empírica. Por los caminos de la investigación sobre la migración internacional*. México: Instituto de Investigaciones Sociales y Colegio de la Frontera Norte, pp. 498-537.
<http://bit.ly/2IHONJ6>
- Atarama-Rojas, Tomás; Castañeda-Purizaga, Lucía; Londoño-Moreno, Mateo** (2017). “Televisión en el Perú: un estudio de la estrategia de difusión de contenidos de los canales de señal abierta”. *Comunicación y medios*, n. 35, pp. 140-155.
<https://doi.org/10.5354/0719-1529.2017.45196>
- Brandy, Gerardo** (2014). “Historia de la televisión en la Argentina” [Vídeo]. *Encuentro*, 19 mayo.
<http://bit.ly/2AxQjSw>
- Becerra, Martín; Mastrini, Guillermo** (2018). “Más dueños que nunca (variaciones en el mapa de la comunicación 2015-2018)”. *Revista Anfibia*.
<http://bit.ly/2CkBeUt>
- Campos-Freire, Francisco; Soengas-Pérez, Xosé; Rodríguez-Castro, Marta** (2018). “Indicadores de evaluación de los servicios informativos de la radiotelevisión pública”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 2, pp. 267-277.
<https://doi.org/10.3145/epi.2018.mar.05>
- Carenzo, Luciano; Felipe, León** (2018) “¿Quiénes son los dueños de los medios de comunicación? ¿Cuáles son las propuestas para una nueva ley de comunicación democrática?”. *Protectora: Portal de consumidor*.
<http://bit.ly/2sql8Eh>
- Castilla, Óscar; Castro, Jonathan; Yáñez, Luis** (2016, diciembre 1). “Dueños de la noticia”. *Ojo público*.
<http://bit.ly/2QJvwk2>
- Contreras-Baspineiro, Adalid** (2005). *De enteros y medios de comunicación: Tendencias en la oferta y el consumo mediático en Bolivia*. La Paz: Cedla. Depósito Legal: 4 1 1322 05
<http://bit.ly/2HoLAYl>
- Checa-Godoy, Antonio** (2012). “La banca y la propiedad de los medios: el caso de Ecuador”. *Revista latina de comunicación social*, n. 67, pp. 6-22.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-067-950-125-147>
- De-Charras, Diego; Lozano, Luis** (2017). “El derecho a la comunicación como una búsqueda supranacional de los pueblos”. *Alcance*, v. 6, n. 13, pp. 3-25.
<http://bit.ly/2shNRv6>
- Delgado, Matilde; Prado, Emili; Navarro, Celina** (2017). “Ficción televisiva en Europa (EU5): origen, circulación de productos y puesta en parrilla”. *El profesional de la información*, v. 26, n. 1, pp. 132-140.
<https://doi.org/10.3145/epi.2017.ene.14>
- Dettleff, James** (2012). “Las televisoras locales en el Perú. Una historia de su uso como herramienta política: el caso de Juliaca”. *Folios, revista de la Facultad de Comunicaciones*, n. 27, pp. 161-184.
<http://bit.ly/2FpQGSv>

- El Comercio* (2016). *Ollanta Humala participó en lanzamiento de canal cultural Ipe*, 2 julio.
<http://bit.ly/2VGthC1>
- Erbol* (2014). *Una investigación concluye que Vice controla 4 medios*, 18 marzo.
<http://bit.ly/2JhuRbg>
- Estrella-Tutivén, Ingrid V.** (2018). *La transformación de la televisión ecuatoriana a raíz de la promulgación de la ley orgánica de comunicación. Tesis doctoral. Universidad de Málaga, Málaga.*
<http://bit.ly/2RK3wSh>
- Fecolper y Reporteros Sin Fronteras* (2015). “¿De quién son los medios?”. *Monitoreo de la propiedad MOM.*
<http://bit.ly/2RfHeYY>
- García-Ramírez, Diego; Barbosa, Marialba** (2016). “Historias de la televisión en Colombia: vacíos y desafíos”. *Comunicación y sociedad*, n. 26, pp. 95-121.
<http://bit.ly/2S5q1kx>
- Gargurevich, Juan** (2015). “Los medios masivos de información en el Perú, 1980-2012”. *Conexión*, n. 1, pp. 11-31.
<http://bit.ly/2D3Ln9D>
- Gerber, Elisabet; Mastrini, Guillermo; Brant, João** (2017). “El progresismo en su laberinto: grandes medios y políticas de comunicación en el Cono Sur”. En: Ominami, Carlos, *Claro oscuro de los gobiernos progresistas*. Santiago: Catalonia. ISBN 978 956 324 520 2
<http://bit.ly/2sjBFJX>
- Guerrero-Córdova, Roberto** (2010). *Historia de la televisión en el Ecuador y en la ciudad de Loja.*
<http://bit.ly/2H02cGo>
- Gutiérrez, Eduardo** (2015). “Entradas y claves para la historia de la televisión en Colombia”. En: Pereira, José M., *Televisión y construcción de lo público*, Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, pp. 107-114. ISBN: 978 958 716 888 4
<http://bit.ly/2CXGQWI>
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, María-del-Pilar** (2010). *Metodología de la investigación*. 5ª ed. México: McGraw-Hill. ISBN: 978 607 15 0291 9
- Herrera, Karina** (2008). “Cómo funciona la cobertura de Canal 7 Televisión boliviana”. En: Peñaranda, Raúl; Herrera, Karina, *Los canales en cuestión: cómo trabajan Unitel y Canal 7*. La Paz: FES-ILDIS, pp. 127-241.
<http://bit.ly/2RxMXEC>
- Hurtado, María-de-la-Luz** (1989). *Historia de la TV en Chile (1958-1973)*. Santiago de Chile: Ediciones Documentas/Céneca.
<http://bit.ly/2ucYaBj>
- Jordán, Rodrigo; Panchana, Allen** (2010). *Los medios de comunicación en Ecuador*. Quito: Universidad Los Hemisferios.
<http://bit.ly/2FeDfFM>
- Layme, Beatriz** (2019). “Proclaman a Evo-Álvaro y BTV transmite los actos políticos”. *Página siete*, 20 febrero.
<http://bit.ly/2UFngUX>
- Martín-Barbero, Jesús** (2005). “Claves de debate: televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”. En: Rincón, Omar. *Televisión Pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá: La Crujía Ediciones, pp. 35-68. ISBN: 958 689 079 0
<http://bit.ly/2AArbum>
- Oalvizo** (2017). “Ángel González: El magnate de la TV”. *Tamaulipas en la Red*, 16 agosto.
<http://bit.ly/2HK5uOt>
- Ortega, Félix** (2008). “La encrucijada de la televisión pública en Chile/The crossroads of public television in Chile”. *Cuadernos.info*, n. 23, pp. 42-61.
<http://bit.ly/2Jjcenl>
- Peñaranda, Raúl** (2014). *Control remoto: De cómo el gobierno de Evo Morales creó una red de medios paraestatales y un plan para acosar a la prensa independiente*. La Paz-Bolivia. Depósito Legal: 4 1 667 14
http://www.raulpenaranda.net/docs/libro_Control_Remoto.pdf
- Reig, Ramón** (2010). *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla (Colección periodística 36)*. Sevilla: Comunicación Social, ediciones y publicaciones. ISBN: 978 84 92860548
<http://bit.ly/2Holzrd>
- Reig, Ramón** (2011). *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Editorial Gedisa.
<http://bit.ly/2CoZw0l>

- Reig, Ramón** (2013). "La correlación estructura socio-económico-mediática y mensajes: aportaciones desde el análisis de la comunicación mercantil". *Questión*, n. 40, pp. 396-427.
<http://bit.ly/2JdmCgy>
- Reig, Ramón** (2015). *Crisis del sistema, crisis del periodismo: contexto estructural y deseos de cambio*. Barcelona: Editorial Gedisa. ISBN: 978 84 9784 912 8
- Reig, Ramón** (2018). "La crisis de 2008: el miedo como control y negocio ideológico-mediático". *Razón y palabra*, v. 22 n. 1_100, pp. 151-171.
<http://bit.ly/2TI7trp>
- Reig, Ramón; Mancinas-Chávez, Rosalba; Nogales-Bocio, Antonia I.** (2014). "Un acercamiento en 2014 a la conformación de la estructura audiovisual en España y el caso de Canal Sur TV". *Revista latina de comunicación social*, n. 69, pp. 593-617.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1026>
- Riesenberg, Sergio** (2007). *La televisión chilena: medio siglo de historia*. Chile: Universidad Uniacc.
<http://bit.ly/2FXqQ8K>
- Sanmartín, Julián; Avelino, Andrea; Reyes, Carmen; Cruz, María-José** (2017). "La estructura mediática de los colectivos sociales en América Latina: los casos de Uruguay, Argentina, Ecuador y Bolivia". *Sphera publica*, v. 2, n. 17, pp. 91-110.
<http://bit.ly/2VD0uOz>
- Santa-Cruz-Achurra, Eduardo** (2017). "Derrotero histórico, tendencias y perspectivas de la televisión chilena". *Revista comunicación y medios*, n. 35, pp. 8-21.
<http://bit.ly/2RAHgyS>
<https://doi.org/10.5354/0719-1529.2017.45906>
- Tonon, Graciela** (2011). "La utilización del método comparativo en estudios cualitativos en ciencia política y ciencias sociales". *Kairos*, v. 15, n. 27, pp. 1-12.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3702607.pdf>
- Torrico-Villanueva, Erick** (2011). "La reconfiguración del campo mediático boliviano desde la política (2006-2011)". Unir-Onadem, *Medios a la vista 2: Análisis sobre el derecho a la información y la comunicación y el periodismo en Bolivia 2009-2011*. La Paz: Quality, pp. 251-262. ISBN: 978 99954 820 2 2
<http://bit.ly/2HqPGzq>
- Toussaint, Florence** (2017). "Televisión pública en América Latina: su transición a la era digital". *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, v. 62, n. 229, pp. 223-242.
<http://bit.ly/2H1SLXg>
- Trejo-Delarbre, Raúl** (2010). "Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina". *Intercom-Revista brasileira de ciências da comunicação*, v. 33, n. 1, pp. 17-51.
<http://bit.ly/2CoEyyy>
<https://doi.org/10.1590/rbcc.v33i1.146>
- Waisbord, Silvio** (2000). "Industria global, culturas y políticas locales: la internacionalización de la televisión latinoamericana". *América latina hoy*, n. 25, pp. 77-85.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30802509>

El profesional de la información Servicio de traducciones al inglés

<http://www.elprofesionalde lainformacion.com/documentos/traduccion.es.pdf>

Información: **Isabel Olea**

epi.iolea@gmail.com