

Director

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica

María del Carmen Cevallos

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.
 pescandon@ciespal.net

Portada

Mayra Cajilema C.

Diseño y diagramación

Diego S. Acevedo

Corrección

Raquel Rosero

Suscripciones

Isaías Sánchez
 isanchez@ciespal.net

Chasqui es una publicación del CIESPAL

Miembro de la
 Red Iberoamericana de Revistas
 de Comunicación y Cultura
<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas
 de América Latina y el Caribe
 en Ciencias Sociales y Humanidades
<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Presidente
 Edgar Samaniego
 Universidad Central del Ecuador

Gander Falconi
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e
 Integración

Raúl Vallejo C.
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 - 252-4177
 Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>

weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584
 Quito - Ecuador
 Registro M.I.T. S.I.P.I. 027
 ISSN 13901079

	Pág.		Pág.
Personaje			
Néstor García Canclini: El enfoque cultural de la comunicación	4	Publicidad on line y off line: Consumo de medios y adolescentes Lic. Cecilia Mosto Lic. Máximo Paz Lic. Alejandro Gunsberg	56
García Canclini: "El hermeneuta de la Globalización" Francisco Ortiz	6	Comunicação organizacional através da Internet: Presença da informação de responsabilidade social Fabiane Sgorla Maria Ivete Trevisan Fossá	62
Culturas híbridas: En la enseñanza de la comunicación y el arte Hugo Burgos Y.	10	La tecnología de la escritura: Del punzón al teclado, del papiro al blog María Cecilia Reviglio	68
Lectores, espectadores e internautas: Un tratado de cibercultura no expreso Pablo Escandón Montenegro	16		
Portada			
Desinformación y reconocimiento: Dos nuevas categorías en la sociedad actual	22	Aula	
Consumo e investigación: Recuperar los medios para sus audiencias Carlos Camacho Azurduy	32	Lugares, clichés y discurso demagógico Carlos Aulestia	72
Coyuntura			
Aniversario: La Tribu, a los 20 Colectivo La Tribu	38	El cibersalón: Educación superior y YouTube Liliana Castañeda López	76
Modelo de Interacción de Esquemas Mentales: Una aportación al campo de la comunicación en salud Iván Ríos Hernández	44	Periodismo en el extranjero: Una mirada al corresponsal en acción Iván Aldaz Yépez	82
Una apertura para el diálogo: La necesidad de lo transdisciplinario Salvador Salazar Gutiérrez	50	Publicaciones	84
		Actividades del CIESPAL	92



Aniversario:

La Tribu, a los 20

Colectivo La Tribu
<http://fmlatribu.com/>

Existe una utopía que concierne a los medios de comunicación. Un lugar en donde el esquema de estos medios estalla y de sus pedazos nacen voces múltiples y mensajes abiertos. Un lugar donde ya no existe un emisor conocido que habla y millones de receptores desconocidos que

escuchan. Donde los mensajes no son mercancías, los objetos no son fetiches, el contenido tiene el peso que perdió para poder circular rápidamente. Un tiempo en el que la realidad no es espectáculo sino el mundo en el que vivimos y, por ello, el mundo que podemos transformar. Un espacio en el que la tecnología nos sirve para hacer lo que queremos y no para conectarnos al mercado de los estereotipos.

Este colectivo fundó, no solo en Argentina, sino en la región, una forma peculiar de hacer comunicación con la comunidad: distinta, fresca...

Este lugar es utópico no por ser imposible sino porque no existe más que como consecuencia de una lucha constante contra lo existente. Es un lugar que puede triunfar sobre lo real, puede perdurar o desvanecerse, persistir o ser aniquilado, iluminar un instante, apagarse, perpetuarse en la historia como el recuerdo de un resplandor, vivir décadas alimentado por el ejercicio diario de muchos hombres y mujeres, hibernar en la memoria colectiva. Esta utopía de unos medios de comunicación que no responden a la lógica del dominio, que han derrotado al *Big Brother*, es para algunos un proyecto en sí mismo. Para otros, esta apropiación de los medios funciona como un paso, una herramienta o un vehículo para objetivos de otro orden.

Podemos encontrarnos, entonces, con proyectos que politizan la comunicación, grupos de personas que construyen medios de comunicación como proyectos políticos. Proyectos que entienden que "la política está presente en todos los ámbitos donde se negocia la reproducción y la estabilidad de las relaciones de dominio" (Grupo autónomo A.F.R.I.K.A, Luther Blisset, Sonjia Brüzels, 2000: 25). Podemos encontrarnos con proyectos que piensan a la comunicación inserta en procesos de transformación social, podríamos decir a los mensajes, a las conversaciones, como herramientas de cambio. Entre unos y otros, cada proyecto es una combinación particular.

Graffitis, periódicos, *fanzines*, televisoras, radios, páginas, *blogs* son a veces medios, a veces espacios, que andan esos caminos ya sea para hacer contrainformación, periodismo ciudadano, activismo mediático, comunicación contrahegemónica, popular, comunitaria, alternativa, libre. Ninguno de estos modos de hacer es equivalente o sinónimo de otro, ni en las definiciones que sobre ellos pueden construirse ni en los gestos, acciones, problemas que los constituyen.

Creamos La Tribu, una radio alternativa en la ciudad de Buenos Aires en 1989. Por entonces, *el fin de la historia* ocupaba las portadas y todavía no era posible repensarse desde *Cómo cambiar el mundo sin tomar el poder*. Ya es sabido: las posibilidades del "socialismo real" se derrumbaron junto con el Muro. Por aquí, el menemismo, neoliberalismo a la argentina, la mercantilización absoluta de la vida urbana, el abandono absoluto de la vida que sucede allí donde el mercado no puede vender nada. La Tribu era en ese momento un refugio. Del consumo, del mercado, de la política tradicional de los partidos de izquierda, de un trabajo en los nacientes multimedios, de una ciudad cada vez más parecida a un "no lugar". Raúl Zibechi, al reconstruir el surgimiento de proyectos como La Tribu señala que

"esos pequeños grupos- refugio fueron también espacios donde afirmar una identidad (la de la resistencia al sistema triunfante, la de la heterogeneidad frente a la uniformización que genera el mercado) y re- crearla, en base a experimentar formas de vivir la vida cotidiana diferentes a las hegemónicas. Se habrían registrado dos procesos en el seno de estos grupos: la negación del "afuera" y la producción de una forma de hacer." (Zibechi, 2003: 81).

En La Tribu, esa dinámica de negación- producción gira alrededor de una utopía de la comunicación compartida con otras organizaciones y grupos: construir espacios de trabajo y de vida a partir de lógicas autogeneradas y, por supuesto, en tensión con las lógicas vigentes en los espacios dominantes.

La Tribu comenzó siendo una radio alternativa. En los 20 años que pasaron desde aquel momento, como si fueran capas se fueron sumando otras identidades. Nos comenzamos a pensar como proyecto político comunicacional, desarrollamos

iniciativas más territoriales que el aire radiofónico; nos acercamos, entrado este siglo, a las diversas ideas sobre la autonomía que comenzaron a ser tenidas en cuenta en espacios como el nuestro, y construimos nuestra propia utopía de la organización autogestionada.

¿A mí?

Las radios, junto con otros medios de comunicación, han sido ámbito de construcción de proyectos con intención transformadora desde, al menos, la década de 1940. Proyectos comunicacionales inspirados en la teología de la liberación, organizados por las guerrillas insurgentes, organizaciones de base, partidos de izquierda, artistas, *punks*, feministas, zapatistas, mapuches, anarquistas.

La Tribu comprendió que la comunicación radial es una forma de integrar a las comunidades, mediante el nexo entre los comunicadores y la gente de su localidad; por ello, los comunicadores son gente que proviene de la misma gente, iguales a los oyentes, uno de ellos.

Esta diversidad de origen puede servir para explicar el empeño frecuente por encontrar precisiones conceptuales en estas experiencias, búsqueda que habitualmente culmina con la certeza de que no hay definición posible que abarque a todos estos "usos" de los medios de comunicación para fines no capitalistas.

Darío vive en Quimilí, en la provincia de Santiago del Estero. Su paso por la escuela terminó en segundo grado. Un día de 2003 se sentó adelante de un micrófono de la recién creada FM del Monte (una emisora fundada por el Movimiento Campesino de Santiago del Estero- Vía Campesina) y mientras decía las primeras palabras se preguntó: "¿Quién me va a escuchar a mí?" A los cuatro días,

fue a caminar por el pueblo y se encontró con muchos que lo habían escuchado. A él. La pregunta de Darío se origina en una acumulación de costumbres. Los medios de comunicación sirven habitualmente para que hablen cierto tipo de personas. Aparentemente lo interesante, relevante o atractivo reside únicamente en las palabras y estilos de algunos pocos. Las personas como Darío no suelen ser protagonistas, no suelen elegir qué decir ni cuándo y cómo decirlo.

Esa costumbre de los medios de comunicación encuentra un correlato en una serie de costumbres con las que envuelven a sus audiencias. La principal, podríamos decir, es la de construirnos como consumidores, como individuos que recibimos lo que los medios emiten sin participar de ellos, sin tomar decisiones sobre ellos. Los medios de comunicación nos construyen como espectadores. ¿Qué es un espectáculo? Algo que sucede separado de nosotros.

"En el espectáculo, una parte del mundo se representa delante del mundo y es superior a él. El espectáculo es simplemente el lenguaje común de esta separación. Lo que liga a los espectadores no es sino un vínculo irreversible con el mismo centro que los mantiene aislados. El espectáculo reúne lo separado, pero lo reúne en tanto y en cuanto está separado (...) Las mismas fuerzas que se nos han escapado se nos muestran en todo su poderío." (Debord, 1995: 49)

La humanidad produciendo un mundo que no posee, el trabajo construyendo algo que al terminarse pasa a ser ajeno. Ser espectador es no poder responder a eso que allí está sucediendo porque no es posible ninguna influencia recíproca. Contra estas dos costumbres, la costumbre del privilegio de la palabra pública y la costumbre de hacer de la sociedad un espectáculo, se han construido muchísimas radios comunitarias, alternativas, ciudadanas de América Latina.

En estos días en los que aparentemente la extensión del acceso a computadoras e Internet está cambiando en algún sentido algunas de estas costumbres, vale preguntarse si el acceso a la

palabra pública -a la palabra que puede ser escuchada por otros- y la posibilidad de participar de un medio de comunicación implican un potencial transformador. En un texto escrito a principios de los años 70, Hans Enzensberger decía:

“En efecto, la posibilidad de que con ayuda de los medios cualquier individuo se podrá convertir en el futuro en productor, sería apolítica y estúpida, siempre que dicha producción quedara limitada a un manejo individual. El trabajo con los medios por parte de un individuo sólo es posible mientras se mantenga a un nivel secundario en el aspecto social y, consecuentemente estético. Una prueba de ello lo podría constituir la colección de diapositivas del último viaje de vacaciones. Esto es precisamente lo que buscan los mecanismos que dominan el mercado. Unos aparatos como la cámara de fotografiar, la cámara de cine de 8 mm y el magnetófono, que prácticamente ya se encuentran en manos de las masas, han demostrado hace tiempo que el individuo, mientras permanezca aislado, sólo puede hacer uso de tales aparatos como aficionado, pero nunca le servirán para convertirse en productor” (Enzensberger, 1984: 32)

En este sentido, la organización, lo colectivo, lo común, lo comunitario conforman una tercera dimensión a tener en cuenta.

El protagonismo del propio hacer/ser, la ruptura de lo espectacular, la construcción de relaciones sociales -de espacios- en donde esas rupturas sean posibles. ¿Para qué? ¿Para qué hacemos La Tribu? Para cambiar el mundo, puede uno decir. Para cambiar mi vida, puede otro decir. En ese cruce se encuentra un germen que ha hecho de los medios de comunicación alternativos, comunitarios, un espacio de participación activa para una gran cantidad de personas en todo el mundo. Los medios de comunicación a-capitalistas son espacios en donde muchas personas perciben que pueden combinar sus ideales y voluntades políticas con su vida cotidiana. Que pueden hacer de su militancia algo cotidiano, compartido y con posibilidades de expansión. Que pueden crear a

diario su propio espacio de trabajo, que pueden tener un hacer. Un hacer en permanente confrontación. En fin, un hacer no disciplinado.

La Tribu

¿Cómo se construye un medio de comunicación que no reproduzca la brecha entre emisores y receptores propia de los medios de comunicación hegemónicos? En ese sentido, nuestras prácticas se han orientado a discutir y repensar permanentemente el lugar del emisor. ¿Quién habla? ¿Por qué habla? Así, diseñamos una programación en la que confluyen actores sociales que buscan la construcción de una sociedad económica, social y culturalmente justa.

Lo comunitario es una organización distinta a la existente, pues tiene como centro a la gente, a su realidad, a su contexto social, económico e histórico, así como geográfico. Lo comunitario es lo ciudadano, porque les interesa a todos.

Actualmente, la programación de La Tribu está integrada por cincuenta y cinco programas - algunos diarios, otros semanales- y varias propuestas radiofónicas que atraviesan la programación, que se cuelan entre un programa y otro. En el plano radiofónico, el aire de la radio, esta decisión ha adquirido formas de realización diferentes en estos años como sucesivos intentos de resolver las tensiones, o los problemas que esta elección puede acarrear. Al abrir el lugar de la emisión, al construir un espacio radiofónico en el que los emisores son colectivos y múltiples, el riesgo siempre ha sido que para el que escucha la radio, La Tribu sea una sucesión de fragmentos. Es decir, aparece la pregunta sobre cómo articular esa multiplicidad de voces y propuestas radiofónicas en un todo coherente. A pesar de sus dificultades, seguimos eligiendo el desafío de construir una radio colectiva, una radio con una agenda

informativa, musical, cultural armada por un conjunto de hombres, mujeres, jóvenes, niños y grupos que confluyen en sus búsquedas, en sus luchas y en sus deseos.

Al mismo tiempo, aparece un segundo elemento vinculado con la construcción de un espacio de comunicación alternativa. Así como discutimos quién habla, discutimos cómo se habla. El lenguaje radiofónico, como todos los lenguajes, también es un espacio en disputa. Intentamos generar un lenguaje-sonido que nos exprese, un lenguaje propio que sea nuestra manera de decir el mundo, nuestra manera de nombrar las cosas y sus relaciones. Un sonido que pueda invadir lo real para nombrarlo, resignificarlo, discutirlo y cambiarlo. Un sonido que rompa las seguridades acústicas, un sonido que no genere la costumbre de escuchar, de sólo escuchar. Una exploración política y artística cuyo ideal es hacer del espacio radiofónico, también, el espacio de una fiesta, el espacio de una palabra que es lucha, pero también es danza.

La radio también es una organización, una forma de trabajo colectivo que tiene que generar



condiciones de autonomía política y económica. Es decir, nos proponemos construir una organización basada en las convicciones que tenemos y, al mismo tiempo, eficaz; un proyecto que pueda superar la necesidad de la supervivencia para extender nuestros propios límites. En este sentido, aparece la pregunta por cuál es la manera de gestionar un proyecto de estas características. Construir una organización con responsabilidades, tomas de decisiones, impuestos, trámites, administración, implica asumir un desafío doble. Tenemos una utopía comunicacional y tenemos también una utopía organizacional. Tenemos salarios que pagar, problemas internos, discusiones múltiples y nadie más que nosotros mismos para resolver todos esos conflictos.

Normalidad y transformación

La participación en un proyecto que se propone aportar desde el espacio de lo cultural a la transformación social, a alguna transformación social, genera preguntas centrales: ¿por qué la normalización es posible? ¿Por qué somos/vivimos la normalidad? ¿Por qué la hacemos cuerpo? La respuesta resulta inasible la mayor parte del tiempo, pero las preguntas están ahí, cada vez que un proyecto cultural se propone un hacer. Como si de encontrar la respuesta dependiera la posibilidad de llevar adelante una política transformadora eficaz. Así, se construyen "hipótesis de trabajo". La falta de información produce normalidad. Informemos. "Al lado de su casa, vive un genocida". ¿Esa "información" rompe la normalidad? "En Santiago del Estero a los campesinos les queman las casas para echarlos de sus tierras". ¿Esa "información" rompe la normalidad? La falta de proyectos colectivos produce normalidad, la falta de espacios de construcción de comunidad produce normalidad. Más hipótesis. La organización construye posibilidades para la disidencia. La construcción colectiva abre la posibilidad de desarmar las costumbres capitalistas, o bien de generar espacios propicios para el desarrollo de otras subjetividades.

Esas hipótesis orientan al proyecto La Tribu. Un proyecto colectivo para que lo cotidiano pueda transformar las costumbres. Esa costumbre, la del



consumo, la de la indiferencia, la de la representación, la del espectáculo. Esa costumbre diaria que colabora con la reproducción. El intentar construir un *poder hacer* puede enfrentar la normalidad. La imaginación puede enfrentar a la normalidad.

En este momento, en La Tribu suena una señal artística que dice "Cada nuevo emisor es un ataque a la concentración de los medios." Mientras tanto, en Buenos Aires, un nuevo intento de tener una ley de radiodifusión democrática lucha para no terminar, otra vez más en 25 años, en un cajón. Ahora, La Tribu cumple 20 años. Mientras tanto, en otro pueblo otra radio empieza a probar un transmisor. En América Latina, la comunicación alternativa alimenta su utopía de un mundo sin espectáculos. De territorios múltiples liberándose de las leyes del beneficio y la acumulación. Fogatas donde calentarse las manos en medio de la tormenta. Y alguien se sienta en un estudio de

radio y empieza a ser protagonista. Empieza a armar el mundo otra vez, para hacerlo justo, digno, feliz. Para todos. Para todas. 

Referencias:

- Grupo autónomo A.F.R.I.K.A, Luther Blisset, Sonjia Brüzels. *Manual de guerrilla de la comunicación. Cómo acabar con el mal.* Barcelona: Virus. 2001.
- Debord, Guy. *La sociedad del espectáculo.* Buenos Aires: La Marca. 1995.
- Enzensberger, Hans Magnus. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación.* Barcelona: Anagrama. 1984.
- Zibechi, Raúl. *Genealogía de la revuelta. Argentina la sociedad en movimiento.* La Plata: Letra Libre. 2003.
- El testimonio de Darío puede verse en el video *Viaje al Centro de la lucha* disponible en www.fmlatribu.com