

Comunicación, Cultura y Política

María Belén Albornoz y Mauro Cerbino, compiladores

Comunicación, Cultura y Política



Índice

© De la presente edición:

FLACSO, Sede Ecuador
La Pradera E7-174 y Diego de Almagro
Quito - Ecuador
Telf.: (593-2) 323 8888
Fax: (593-2) 3237960
www.flacso.org.ec

Ministerio de Cultura del Ecuador
Avenida Colón y Juan León Mera
Quito-Ecuador
Telf.: (593-2) 2903 763
www.ministeriodecultura.gov.ec

ISBN: 978-9978-67-175-7
Cuidado de la edición: María Pessina
Diseño de portada e interiores: Antonio Mena
Imprenta: Crearimagen
Quito, Ecuador, 2008
1ª. edición: septiembre, 2008

Presentación	7
Prólogo	
Memoria y balance	9
<i>Héctor Schmucler</i>	
Introducción	15
<i>Belén Albornoz – Isabel Ramos</i>	
PRIMERA PARTE:	
ALGUNOS DEBATES SOBRE TELEVISIÓN PÚBLICA	
Problemas para la televisión estatal en Latinoamérica.	
Reflexiones a partir del caso argentino	33
<i>Roberto Follari</i>	
La Reforma de Televisión Nacional de Chile y calidad de la política.	
Aprendizajes y nuevas perspectivas	47
<i>Valerio Fuenzalida</i>	
Venezuela: El lejano servicio público	67
<i>Andrés Cañizález</i>	
Onde está o negro na TV pública brasileira?	79
<i>Joel Zito Araújo</i>	

SEGUNDA PARTE:
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación 93
Raúl Zibechi

¿Qué es una prensa pública? 109
Emir Sader

TERCERA PARTE:
ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN

Estudos de recepção na América Latina, hoje:
a visão de seus pesquisadores 119
Nilda Jacks y Daiane B. Menezes

El estudio de las audiencias en Centroamérica.
Primeras coordenadas del mapa 131
Amparo Marroquín Parducci

Audiencias y sociedad de información.
Aproximaciones teóricas y metodológicas
para el estudio crítico de audiencias y la Internet 147
María José Calderón

CUARTA PARTE:
TIC Y SOCIEDAD

El culto a la información, imaginarios sobre tecnología 161
Belén Albornoz

El móvil, artefacto ritual para exorcizar la otredad 173
Rosalía Winocur

Cybercultura y las nuevas nociones de privacidad 191
Belén Albornoz

Presentación

En su diversidad, la investigación sobre estudios de la comunicación en América Latina y el Caribe ha generado recorridos, identificado nudos temáticos, puntos de encuentro y desencuentro sobre sus objetos de investigación abriendo puertas al debate y la reflexión académica.

El Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales, que tuvo lugar en Quito en octubre de 2007, constituyó uno de esos momentos de análisis de los giros y problemas que plantea la investigación de la comunicación en la región, un espacio de *memoria y balance* como bien lo señala Héctor Schmucler.

Y justamente, como un ejercicio de memoria, surge esta compilación de ponencias presentadas en el marco del Congreso que dan lugar al libro *Comunicación, cultura y política*. Texto que pretende, desde una mirada crítica, explorar algunas de las tramas de la investigación en comunicación y sus posibilidades de cara al futuro.

El texto se organiza en cuatro ejes temáticos que recogen las ponencias más sobresalientes de los paneles organizados por el Programa de Estudios de la Comunicación: Estudios de recepción en América Latina; Comunicación política y televisión pública; Movimientos sociales y comunicación y; Sociedad y tecnologías de la información y comunicación.

Desde algunas experiencias de investigación se plantea dar cuenta de diversas problemáticas como definir lo público, para reflexionar sobre el deber ser y la función social de los medios de comunicación de cuya pro-

piedad participa el Estado; se pretende salir de la noción de opinión pública, entendida como la suma de opiniones individuales, para abordar la producción de lo común en el rol de los medios masivos dentro del debate y la organización política; se analiza cómo desplazar el énfasis puesto en el emisor hacia el receptor, como sujeto de estudio, en las investigaciones de audiencias; y finalmente, se propone desencializar las relaciones entre tecnología, cultura y sociedad para trabajar la ambivalencia realidad-virtualidad.

Adrián Bonilla
Director
FLACSO - Ecuador

Prólogo

Memoria y balance

Héctor Schmucler

¿Cuáles son los momentos propicios para los balances, es decir, para que la memoria reconozca los caminos andados, para verificar avances, para observar con prudencia los errores y aún los fracasos? Algo de eso, de balance, atraviesa el espíritu de este libro. El análisis de algunos de los procesos más destacados que actualmente se reconocen en el ancho espacio de la comunicación, se ofrece con clara voluntad de imaginar un futuro. Nos encontramos, pues, en la privilegiada zona donde pensamiento y política entremezclan sus miradas.

El momento es propicio: pocas veces en la historia de la investigación de los fenómenos comunicacionales, convivieron tantas formas de penetrar su significación. Nunca el tema de la comunicación se había sumergido con tanta intensidad en todos los espacios volcados a la reflexión sobre la sociedad. Tampoco nunca, paradójicamente, se llegó a definir la soledad y la incomunicación como los rasgos más perceptibles de la infelicidad entre los seres humanos.

También el momento es oportuno por otras razones no menos contradictorias: se vuelve a hablar —este libro lo demuestra— del peso sociopolítico de los medios masivos, de políticas de comunicación y del papel del Estado en las mismas, de la arrasante presencia de las nuevas tecnologías en el manejo de la información, del lugar de la economía y de la creciente concentración de la propiedad en la gestión de la cultura masiva. Aunque pueda sorprender, porque vivimos en medio de apresurados olvidos, con buenos y malos motivos durante años estos enfoques se

mantuvieron eclipsados. Lo contradictorio surge del hecho de que este recuento de fuerzas se produce cuando algunos sostienen que todo eso registrado es parte de un pasado irremediable y que la realidad del orden comunicacional que hoy parece brillar, está al borde del ocaso, de su estallido definitivo.

Con explicaciones distintas a las actuales, hace cincuenta años McLuhan había vaticinado el fin de la “galaxia Gutenberg”. Los argumentos contemporáneos son más contundentes: evocan un proceso que ya nos rodea. Se trata, explican algunos, de advertir lo que nítidamente está entre nosotros antes de que la ola nos arrastre sin dejar rastro de ese pasado que, ocasionalmente, se extiende hasta nuestros días. La época que habría comenzado con el invento de Johannes Gutenberg en los albores del 1400, perduró durante más de cinco siglos mostrando rostros adecuados a estructuras sociales y culturales diversas. Nuestra civilización se reconoce en un mundo que, hasta ahora, llevaría la marca de la imprenta. Esto es, justamente, lo que estaría concluyendo en nuestra época. El caso de la prensa escrita, para mencionar algo conocido, podría ser ejemplar: atravesada por la infinita presencia de las tecnologías visuales y arrinconada por un uso del tiempo que se precipita sin pausa, parece destinada a transformarse radicalmente (¿o a morir?). No es sólo el efecto de tecnologías antes inexistentes: las circunstancias, las nuestras, toleran mal la lentitud del leer y se espantan ante el retraimiento que exige la comprensión de lo leído. Todo lo que hasta ayer nomás se construyó en el campo de estudios de la comunicación, parece a punto de ser redefinido. Desde ahora todos seremos periodistas, todos seremos emisores y receptores, según el entusiasmo de los tecnófilos. Todos, dicen, estaremos en adelante incluidos en un duro esquema de horizontalidad.

La pregunta más firme que interroga a esta algarabía se asienta en valores que trascienden la coyuntura y aún el marco limitado de los estudios de comunicación: ¿de dónde surge este endiosamiento de la horizontalidad como garante de una igualdad que, sin embargo, no siempre da cuenta del irrenunciable reconocimiento del otro y se asemeja más bien a la abstracta homogeneidad de los productos intercambiables?

Memoria y balance deberían dar cuenta de los aciertos. Pero las verdaderas enseñanzas se derivan de la comprobación de los caminos fallidos,

sin salida, transitados por impericia o por la tesonera búsqueda de soluciones a problemas que, con el tiempo, se mostraron falsos. Como se sabe, no es nuevo este ejercicio de introspección en el campo de los estudios de comunicación en América Latina. Más aún, tal vez sea su rasgo permanente más destacado. Cada uno de los estratos teórico-académicos que se fueron acumulando y que reconocen tendencias especulativas que tuvieron preeminencia en épocas distintas, se encargaron de pasar su mirada crítica sobre el pasado. Las disputas que florecieron en diversas oportunidades tuvieron el virtuoso mérito de poner bajo tela de juicio los argumentos y teorías esgrimidas por los otros. Cuando esto ocurría, salía beneficiada la lucidez. No siempre los hechos fueron igualmente ricos para el aprendizaje: hubo momentos de tedioso anquilosamiento, de una redundante repetición de lo mismo que casi logra sofocar el pensamiento.

El encuentro de Quito del que surgieron los trabajos reunidos en este volumen, se suma –actualizándolos– a los esfuerzos realizados desde hace décadas en el Continente. Aunque con signos diversos, nunca ha cesado el interés por estudiar la significación que adquieren los procesos de comunicación y de cultura masiva en las oscilaciones sociales, políticas e ideológicas de una población que ha sido testigo y actora de cambios relevantes y de raigales perturbaciones.

No resulta vano, en consecuencia, recordar que en su origen los estudios sobre comunicación en América Latina estuvieron marcados por la voluntad de auspiciar el “desarrollo” de las sociedades de acuerdo a parámetros que veían en la “modernización” la única oportunidad para adecuar el continente al ritmo que occidente había consagrado. La Revolución Verde y la Alianza para el Progreso, empujadas desde una visión claramente estimulada desde Estados Unidos, fueron proyectos cuya realización otorgaba un lugar destacado a los sistemas de comunicación. Centros internacionales de activa presencia en diversos países propiciaron la indagación de los procesos comunicacionales apuntando a favorecer la utilización de los medios en políticas consecuentes con ese “desarrollo”. De la afinada acción, que tenía como telón de fondo la llamada “guerra fría”, se derivaron innumerables investigaciones y se crearon instituciones. Allí comenzó la sorprendente multiplicación de Carreras. Escuelas y Facultades de comunicación en la esfera universitaria, que ha colocado a

América Latina en un lugar único por la cantidad y masividad de estos órganos de enseñanza superior.

Como contracara, hay otro momento que resulta importante destacar: la poderosa corriente que asumió el estudio de la comunicación como un instrumento de insospechada importancia para acompañar los procesos de rebeldía que se apoderaron del escenario político latinoamericano entre los años 1960 y 1970. En un sentido, esta corriente, que a veces se la llama “crítica”, era consecuencia negativa de la anterior. Sus ecos de protesta llega hasta nosotros: a favor o en contra, los investigadores y estudiosos de la comunicación de América Latina no dejaron de reflejarse en ese espejo. En todo caso, la apuesta ha sido siempre el destino de los seres humanos que constituyen la sociedad.

En el oportuno balance que encierra este libro, el lector perspicaz encontrará los rastros de una historia (de la que he señalado apenas dos momentos) y percibirá los sobresaltos de lo nuevo. Historia cambiante, vale la pena repetirlo, de senderos a veces encontrados y que se ofrecen al perfeccionamiento tanto como al desgaste del tiempo. En consecuencia, el ojo avisado detectará en los artículos algunas avenidas esperanzadas que, bajo otras formas, sin duda comparten aspiraciones ya ensayadas en otros momentos. La memoria, que en el presente actualiza el pasado, puede ayudarnos a reconocer esplendores de ayer rápidamente opacados; o a precisar el verdadero sentido de disputas que a veces se muestran ciegas a la experiencia y que reiteran una doxa empobrecida de ideas. Ninguna lectura resultaría más provechosa que la sugerida, cargada de estimulante sospecha. La mirada crítica no sólo evita la aceptación tranquilizante de lo que la moda estipula (¿qué moda supera la vigencia universal del mercado?), sino que se muestra como el mejor ejercicio de inteligente claridad; el más prometedor intento de delinear horizontes que no resulten engañosos.

No se quiera encontrar en las páginas de este libro, por lo tanto, un programa cerrado de afirmaciones homogéneas. Su mayor virtud, justamente, consiste en haber podido evitar una propuesta monocorde. Desde el principio, la “introducción” que antecede a los trabajos subraya el objetivo de la publicación que se sintetiza en el deseo de que las investigaciones y experiencias presentadas sirvan para “el análisis y la reflexión”. Es

decir, interpreto, para el diálogo y el debate. Para dar la bienvenida a los desacuerdos, a la posibilidad de que el otro tenga razón, como condición ineludible para continuar la batalla, el sostenido esfuerzo destinado a la búsqueda de la verdad, aún cuando sea inalcanzable.

Introducción

Belén Albornoz

Isabel Ramos

El compendio de textos que presentamos en este volumen constituye una aproximación a algunos de los debates sobre comunicación trabajados durante el Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales que tuvo lugar en Quito en octubre del 2007. Proponemos estas investigaciones y experiencias como referencia para el análisis y reflexión sobre los giros y problemas que plantea la exploración sobre los estudios de comunicación en América Latina.

Hasta los años setenta, la investigación de comunicación latinoamericana ha pasado por varias influencias. La más sobresaliente, la *orientación clásica* que dominó los estudios sobre periodismo y legislación de la comunicación. La *orientación norteamericana* estuvo presente en los estudios sobre estructura y funciones de los medios de comunicación educativa (radio, televisión y audiovisuales grupales). Y la *orientación europea moderna* que se concentró en los estudios de análisis de contenido. Sin embargo, se puede igualmente observar influencias mixtas en los estudios sobre medios de comunicación, en especial, en los del análisis de contenido y efectos de la programación televisiva y, en los estudios del flujo de noticias e influencias extrarregionales sobre los sistemas de medios, (Beltrán, 1974).

En cambio, los noventa fueron atravesados por la globalización y por el desarrollo de abordajes conceptuales que intentan explicarla. Entre las más importantes tenemos la “cultura-mundo” (Martín-Barbero, 1998); la “comunicación-mundo” (Mattelart, 1993); la “sociedad de la comunica-

ción” (Vattimo, 1992) y el “paradigma de la globalización” (Ianni, Vericat, 1999). El valor que aporta la categoría de la globalización al estudio de la comunicación en la región es evidenciar el error epistemológico de tratar la comunicación como un *objeto de estudio* desde una perspectiva meramente instrumental a través de la crítica puramente ideológica o de la afirmación funcionalista. “El enorme interés por el tema de la globalización ha generado aportes renovadores en los estudios de comunicación al realizar encuentros interdisciplinarios, proponer nuevas categorías de análisis y propiciar un trabajo conceptual más complejo”, (Vasallo de Lopes, Fuentes Navarro, 2001).

Igualmente, en la década pasada, hemos presenciado una apología del sentido abierto y negociado de los mensajes por parte de los sujetos y sus capacidades de resistencia y de criticidad (teoría del receptor activo), que ha “empobrecido el análisis de la dimensión política y de las relaciones de fuerza en las que se encuentra inmersa el asimétrico intercambio simbólico” (Cerbino, 2004). Los estudios sobre el *cuarto poder* han concentrado gran parte de la investigación latinoamericana y, en la actualidad, los debates e investigaciones avanzan hacia la propuesta de un *quinto poder*. Un poder ciudadano capaz de ejercer una vigilancia efectiva de los medios de comunicación tradicionales, en especial de las grandes cadenas de televisión, a través de la conformación de Observatorios de Medios.

Los observatorios de medios surgen como una tendencia regional en la década pasada y son propuestos como instancias locales de observación y vigilancia crítica de los medios de comunicación tradicionales. Además son una verdadera apuesta para lograr la democratización de la comunicación desde experiencias conformadas por organizaciones de comunicadores, academias y activistas de sociedad civil. “Los observatorios y veedurías de medios son metáforas recientes de procesos sociales y comunicativos fuertemente relacionados con movimientos de democratización de la sociedad, afirmaciones emancipatorias y confrontaciones frente a las variaciones que también van adoptando las maneras diversas en que se expresa el poder”. Por tanto son espacios de manifestación de la política comunicativa que deben ser, además, entendidos como lugares de construcción de ciudadanía. “Todas las experiencias, aunque respondan, como

se observará más adelante, a objetivos estratégicos y parciales, su mayor interés es lograr articularse a proyectos sociales y políticos más amplios” (Rey, 2003).

El estudio de las industrias culturales y las telecomunicaciones ha sido otro vector de la investigación en Latinoamérica. Su intención ha sido medir los niveles de concentración de la propiedad de los medios de comunicación y las estrategias de los principales grupos de comunicación regionales y de cada país. Dichas investigaciones sostienen que la estructura concentrada y centralizada de las actividades infocomunicacionales es una amenaza a la diversidad cultural y al pluralismo informativo; que la concentración reduce la visibilización de las voces que circulan en la sociedad y socavan las posibilidades de generar *esfera pública* en términos *habermasianos*; y que entre sus consecuencias se puede verificar la unificación de las líneas editoriales, conflictos de intereses entre el entramado de negocios del grupo y la actividad periodística y, concreción de economías de escala y reducción de costos provocando merma en la calidad y estandarización de los contenidos.

Una tarea todavía pendiente en la investigación de la comunicación, dedicada a los estudios de recepción y al análisis del discurso de medios, es la de tender un puente entre la etnografía de los medios con los estudios de las realidades políticas, económicas y simbólicas de la cotidianeidad de las audiencias. Se ha potenciado la capacidad de producir conocimiento que da cuenta a los nuevos procesos de globalización de los mercados, a las relaciones de propiedad y a los intereses económicos que sostienen la circulación de modelos y formatos dominantes de la información.

Por otra parte, el escaso desarrollo de la investigación latinoamericana en torno a los vínculos entre procesos comunicacionales y acción colectiva resulta evidente. Desde nuestra perspectiva, no es posible desconocer la gravitación de la comunicación en la producción de las *interlocuciones* y *proximidades* que se encuentran en la base de la organización y la movilización social.

Sin embargo, en el marco de asociaciones y colectivos dedicados a la producción y difusión de la investigación comunicacional reciente, el eje para el estudio de la relación entre comunicación y política –institucional y no institucional– continúa siendo el de los medios masivos. De este

modo, cuestiones como la acción de los movimientos sociales, la emergencia de nuevos actores y el surgimiento de demandas por el reconocimiento de nuevas temáticas y formas reivindicativas continúan siendo examinados por los comunicólogos únicamente a partir de su construcción mediática¹.

Sin pretender desconocer la relevancia de los medios de comunicación en la circulación y legitimación de las iniciativas políticas que se articulan desde diversos ámbitos sociales, resulta indispensable destacar que la centralidad –implícita o explícitamente– atribuida por la investigación de la comunicación a las representaciones mediáticas, nos ha hecho perder de vista la importancia de las modalidades de interlocución, de construcción de cercanía y de puesta en común a partir de las cuales las voluntades individuales logran traducirse, precisamente, en acción en común y visibilizarse en el espacio público.

En este sentido, hace algunos años, los estudiosos de los nuevos movimientos sociales han destacado la conveniencia de atender a las percepciones, sentimientos y emociones a partir de los cuales los sujetos logran organizarse y coordinar sus demandas y acciones reivindicativas. Estas cuestiones han recibido la denominación goffmaniana de procesos enmarcadores, a los que definen como:

[Un] elemento mediador entre oportunidad, organización y acción, a saber, los significados compartidos y conceptos por medio de los cuales la gente tiende a definir su situación. Resulta imprescindible que las personas, como mínimo, se sientan agraviadas por una situación determinada y crean que la acción colectiva puede contribuir a solucionar esa situación. Faltando alguna de estas dos percepciones resulta altamente improbable que la gente se movilice, aunque tenga la oportunidad de hacerlo. (McAdam, Mc Carthy y Zald: 1999, 27, énfasis añadido).

1 Los estudios producidos en el marco de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) son algunos casos paradigmáticos de lo señalado. En las investigaciones y las ponencias correspondientes a los Grupos Temáticos *Comunicación para el Cambio Social*, *Comunicación Política y Medios* y *Comunicación y Ciudad* se evidencia una creciente tendencia a un “mediacentrismo” cuyos impactos negativos para la producción de conocimiento han sido denunciados reiteradamente por Jesús Martín Barbero (1987; 1999)

El estudio de la génesis, configuración y circulación de estos significados compartidos podría constituir un interesante punto de partida para el abordaje comunicacional de los procesos organizativos, actores, movimientos sociales y reivindicaciones emergentes en la esfera pública latinoamericana.

Además, este concepto podría aportar a una muy productiva articulación entre el estudio de la recepción –mediática y no mediática–, el análisis de los discursos de los medios masivos y de las instituciones, y la caracterización de las *mediaciones* políticas, económicas y culturales que se encuentran en la base de los procesos de organización, acción colectiva y movilización social.

De este modo, el debate contemporáneo de la comunicación social podría recuperar una dimensión política que parecía haberse desdibujado a partir de los años ochenta, cuando los análisis ideológicos de la producción y la oferta de los medios de masas –de inspiración *frankfurtiana* o *alt-husseriana* e inscritos en las reflexiones de los teóricos latinoamericanos de la dependencia– fueron reemplazados por una perspectiva analítica en la cual la recepción y el consumo mediático se erigieron en ámbitos de todas las resistencias posibles.

Es preciso señalar que, en el Ecuador, pese a que a partir de los años setenta, se desarrollaron muchas, y muy variadas, experiencias de intervención en el ámbito de la comunicación popular, anualmente en el seno de las facultades de comunicación y programas de postgrado se realizan una serie de trabajos investigativos relevantes. Sin embargo, no es posible afirmar que en el país haya logrado articularse una comunidad académica, en la que se visibilice la producción científica de los ecuatorianos en el campo de la comunicación social.

El espacio abierto por el Congreso Latinoamericano y Caribeño de Ciencias Sociales y el presente trabajo puede ser un punto de partida interesante del más reciente diálogo e investigación latinoamericano en el que algunos estudiosos ecuatorianos.

Temas planteados

En este volumen los ejes propuestos agrupan los trabajos presentados sobre televisión pública, comunicación y política, estudios de recepción y, tecnologías de la información y comunicación (TIC) y sociedad.

Televisión pública

Los estudios y los debates sobre los medios de comunicación y, especialmente, sobre la televisión de servicio público, pese a su gran importancia social en la región, no han logrado institucionalizarse en líneas o programas de investigación con relativa permanencia.

Por el contrario, la temática ha aparecido y desaparecido del horizonte académico al ritmo de las coyunturas políticas que han marcado el surgimiento –o eclipse– de algunas emisoras estatales, o bien, la transformación de sus estructuras directivas y financieras como resultado de cambios en las políticas de comunicación y difusión de los gobiernos.

Por ello, podemos afirmar que la investigación comunicacional sobre televisión pública ha adquirido un tono predominantemente prescriptivo, colocando en segundo plano el análisis conceptual y la generación de información empírica en torno a la situación actual de la TV de servicio público en América Latina.

Una cuestión de importancia central al respecto y que, a nuestro juicio, no se encuentra suficientemente debatida por los comunicólogos de la región tiene que ver con las definiciones diversas de lo público a partir de las cuales se está reflexionando el *deber ser* y la función social de los canales de cuya propiedad participa el Estado.

Si bien los textos que presentamos a continuación parten de ideales normativos a los que suscriben sus autores, se ha puesto el acento, precisamente, en la constatación y en el análisis de problemáticas actuales de los medios televisivos oficiales de Argentina, Chile, Brasil y Venezuela.

Roberto Follari nos ofrece una reflexión sobre las funciones de los medios públicos en la actual coyuntura política de la región. El autor ha señalado los límites del uso de los medios oficiales como instrumentos de

propaganda gubernamental, que podría redundar en la pérdida de legitimidad del medio frente a audiencias masivas. Otra concepción limitada de los medios audiovisuales públicos, desde la perspectiva del autor, es la del canal cultural, dedicado a difundir una programación relacionada con la cultura de elite. Ese tipo de programación está destinada a una minoría de televidentes, lo cual hace perder de vista el objetivo de servicio público que debe orientar la propuesta.

Para Follari, los medios públicos, y muy particularmente la televisión, deben estar encaminados a la búsqueda –y a la construcción– de miradas regionales sobre temáticas regionales. En esta búsqueda, resulta indispensable destituir la centralidad de ciertos actores que, tradicionalmente, han ocupado los espacios televisivos, como los habitantes de las capitales. Una recomendación importante del autor tiene que ver con la televisión pública como el espacio en el que podrían recuperarse algunas modalidades expresivas, como la reflexión y la espera, que las dinámicas mediáticas comerciales han “secundarizado”.

Valerio Fuenzalida presenta una reflexión en torno al papel de los medios oficiales y sus relaciones con los contextos político de democracia y dictadura en Chile, a partir de un análisis de la reforma de la Televisión Nacional de ese país (TVN). El caso ha sido analizado desde el concepto de *policy making*, definido por el autor como la “toma de decisiones políticas en contextos históricos determinados y limitados”. Si bien Fuenzalida resalta que su estudio debe ser leído como un caso y no como un modelo, puesto que cada país es diferente en su historia y condiciones, esta revisión aporta un conjunto de experiencias que deben ser tenidas en cuenta al momento de concebir proyectos plurales de programación, producción y financiamiento de medios de comunicación pública en los países latinoamericanos.

El artículo de Andrés Cañizales es un análisis del proceso a partir del cual el gobierno venezolano decidió no renovar el contrato de uso de la frecuencia del canal privado RCTV, y puso, en su lugar, al aire una señal oficial. El funcionamiento del nuevo canal, según anunció el gobierno, se inscribía en un proyecto denominado Ratelve, formulado en la década de los setenta y, que, desde la perspectiva del autor, “distinguió al país en materia de propuestas sobre cómo debería ser una señal de servicio público”,

aunque nunca llegó a implementarse en los hechos. Este trabajo propone un conjunto de argumentos a partir de los cuales se concluye que, lejos de aportar al debate plural y a la construcción de la democracia, el sistema de medios públicos venezolanos responde a intereses gubernamentales y ha adquirido un papel claramente ideologizante.

Por su parte, Joel Zito Araújo se propuso conocer si, luego de la reestructuración del sistema de televisión pública en Brasil –proceso que ha despertado grandes expectativas de democratización del espacio público– se continuaban reproduciendo las formas de representación subalternizante de los afrobrasileños que han caracterizado el discurso sobre la identidad nacional históricamente difundido por los medios de comunicación de aquel país. Para el autor, en una suerte de “celebración del blanqueamiento”, la radio, el cine y la televisión brasileña vienen difundiendo imágenes y representaciones que no guardan parecido alguno con la gente que transita por los pueblos y ciudades brasileños.

El estudio realizado revela que la oferta actual de TV Brasil, se ha construido a partir de lo que el autor denomina una “complicidad temática con el universo de las clases medias, en su mayoría eurodescendientes y con la reiteración simbólica de la ideología del blanqueamiento”. Por ello, para Zito Araújo, la TV pública brasileña debe trabajar en el horizonte de superar el patrón estético de la superioridad blanca y comprometerse, de manera efectiva, con la visibilización de la diversidad étnico cultural que caracteriza a su país.

Comunicación y política

La preocupación por la democratización de los ámbitos y los flujos de la comunicación de masas fue una de las primeras problemáticas a partir de los cuales se visibilizó y articuló –en un sinnúmero de foros académicos y espacios diversos– el trabajo de los comunicólogos latinoamericanos. Por ello, podemos decir que la exploración de los vínculos entre comunicación y política es el programa investigativo más antiguo de la región.

Ya en 1963, a partir de un debate sobre el poder y la desigualdad, Antonio Pasquali diferenciaba la información, en tanto proceso que supone

el privilegio del emisor, de la comunicación entendida como un ámbito de interlocución y participación horizontal. Este texto institucional de las ciencias de la comunicación latinoamericanas fue el punto de partida de una movilización internacional de largo aliento, de la que participaron académicos y políticos, para la construcción de un Nuevo Orden de la Información y la Comunicación (Nomic), que culminó con la aprobación del informe titulado *Un solo mundo, voces múltiples* en la asamblea general de la Unesco celebrada en Belgrado en 1980.

No resulta redundante señalar que si bien, seguramente, son numerosas las observaciones que se le pueden realizar al proceso que derivó en la aprobación del informe y a las limitaciones del mismo, no caben dudas que tuvo el enorme mérito de explicitar una importante cantidad de conceptos sumamente importantes en el proceso largo e inacabado de democratizar la comunicación. (Mastrini y de Charra: 2004,3)

Hasta la década de los ochenta, los estudios latinoamericanos mantuvieron esta preocupación por la democratización de las estructuras comunicacionales y aportaron al debate en torno al imperativo de diseñar políticas nacionales y regionales de comunicación. Estas iniciativas chocarían contra los procesos de desregulación y liberalización de los espacios informacionales impulsadas a partir del Consenso de Washington.

Posteriormente, la investigación de las relaciones entre comunicación y política priorizó el análisis de la construcción mediática del debate político, a partir de un concepto de opinión pública, entendida como la suma de opiniones individuales. Desde esta perspectiva, que desconoce la condición históricamente mercantil de la información mediática, los medios de comunicación son, o deberían ser, la nueva ágora en la cual se debatan posiciones diversas.

Esta concepción plebiscitaria de las dinámicas políticas, unida a la idealización de las posibilidades democratizadoras de los medios masivos se ha instalado en los estudios académicos y en las experiencias de intervención en comunicación y política en la región.

Los artículos que presentamos a continuación, por el contrario, nos ofrecen una perspectiva más amplia, asociada a la producción de lo co-

mún, que ha enriquecido y complejizado el abordaje del rol de los medios masivos en el debate y la organización política.

Raúl Zibecchi nos invita a pensar la comunicación como una dimensión de la construcción política de las organizaciones populares. Desde esta perspectiva, el autor señala algunas de las insuficiencias de las teorías sobre nuevos movimientos sociales para dar cuenta del papel de la comunicación en la construcción de las estructuras de movilización, los procesos de toma de decisiones y ejercicio de liderazgos, las formas de construcción identitaria y las modalidades de lucha de los nuevos movimientos sociales latinoamericanos.

Sin embargo, advierte que algunos de los programas de asistencia social recientemente implementados por los gobiernos de la región, podrían estar interfiriendo, en ocasiones de manera deliberada, con las formas de la intercomunicación popular que se encuentran en la base de la protesta y la movilización.

Con estos argumentos, Zibecchi nos invita a fortalecer la acción comunicacional autónoma de los movimientos y las organizaciones sociales, a fin de aportar a la construcción y articulación de las *otras* formas de hacer política que surgen *por fuera* de los espacios institucionales y, con frecuencia, a contramano de las tendencias que marcan los medios masivos de difusión.

Emir Sader, en un corto artículo, nos plantea algunas reflexiones acerca del papel que debería desempeñar la prensa pública en la construcción de nuevas alternativas políticas en los países latinoamericanos. A partir de un análisis de los presupuestos de la democracia en clave neoliberal, Sader, propone pensar la esfera pública más allá de los intercambios mercantiles, como un requisito indispensable para su auténtica democratización.

En este sentido, la prensa pública favorecería la construcción de un debate en el cual el Estado participa como fuerza, entre otras, por lo que los consensos –posibles y deseables– no serían necesariamente estatales.

Una prensa pública, según el autor, debe ser un espacio de construcción de nuevos valores y de identidades diversificadas. Por ello, debe prestar especial atención a los jóvenes pobres– que son mayoría en la región –a fin de ofrecerles alternativas válidas frente a la ideología del consumo y a las prácticas delincuenciales emergentes de la exclusión y de la marginación.

Estudios de recepción

Surgen en América Latina no sin muchas dificultades. Por una parte, deben romper con los análisis enfocados en los efectos de los medios, en especial, en las intenciones de medir los resultados de la manipulación mediática de la publicidad y de la propaganda política. Por otro lado, deben superar los estudios de *rating* concentrados en conocer a las audiencias desde sus preferencias programáticas y nada interesados en investigar los usos sociales y la producción de sentido a partir de las percepciones e interacciones con los referentes mediáticos. Su novedad es proponer un “análisis crítico de las audiencias” que enfrente los retos de cambiar, en el campo académico, el énfasis puesto en el emisor y trasladarlo hacia el receptor, como *sujeto* de estudio (Orozco, 2006).

Otro frente a superar fueron las perspectivas culturalistas y mediáticas de los estudios sobre medios, que, o despreciaban el estudio de los procesos de recepción, o destacaban la interacción mediática anulando la posibilidad de una comprensión más integral que incluyera la cultura, la política y lo cotidiano (Grimson y Varela, 1999).

El artículo de Nilda Jacks es una aproximación al trabajo desarrollado por ella, desde hace algunos años, en varios países de la región. La autora nos ofrece un panorama histórico de la investigación latinoamericana sobre recepción de medios masivos y a partir de ellos es posible identificar algunas características de la mirada regional en torno a la temática.

Resulta de gran interés el recorrido que realiza Jacks por los aportes específicos de las modalidades nacionales de investigar, a la construcción de una producción de carácter y contenido latinoamericano sobre procesos de recepción de productos mediáticos.

En este mismo sentido, Amparo Marroquín destaca el hecho de que la investigación sobre audiencias en América Central está naciendo.

Según su argumentación, no existe producción teórica autónoma ni se ha desarrollado un enfoque centroamericano para la investigación comunicacional. Sin embargo, la autora señala que han aparecido algunas temáticas que pueden considerarse propias de la región, a la luz del contexto socio-histórico en el que se desarrolla el trabajo investigativo. Son algu-

nas de ellas: audiencias y migración, procesos de negociación entre audiencias y relatos del miedo que circulan en los medios masivos.

El artículo de María José Calderón constituye un esfuerzo por formular una propuesta metodológica para estudios sobre audiencias en los que sea posible incorporar las relaciones con las nuevas tecnologías de la información. Como una estrategia para escapar de los modelos analíticos techno-céntricos, Calderón recomienda atender a las mediaciones en tanto espacios de construcción de ciudadanía, a fin de analizar los espacios de diálogo virtuales y reconocer la importancia de situar a los usuarios como actores políticos, provistos de discursos.

TIC y sociedad

« La verdad es que la imagen no es lo único que ha cambiado. Lo que ha cambiado, más exactamente, son las condiciones de circulación entre lo imaginario individual (por ejemplo, los sueños), lo imaginario colectivo (por ejemplo, el mito), y la ficción (literaria o artística). Según la cual la relación global de los seres humanos con lo real se modifica por el efecto de representaciones asociadas con las tecnologías, con la globalización y con la aceleración de la historia ».
(Augé, 1994)

Los trabajos que presentamos en esta cuarta parte de nuestro volumen, plantean nuevos horizontes para el estudio de las TIC y la sociedad. Son provocadores y proponen nuevas miradas y campos de investigación sobre la comunicación, la cultura y el vínculo sujeto-artefacto.

Si ya no podemos escribir ni leer como antes, es porque existe una “axiología de los lugares y las funciones de las prácticas culturales de memoria, saber, de imaginario y creación que hoy conoce una seria reestructuración [...] capaz de hablar culturalmente –y no sólo de manipular tecnológicamente–, de abrir nuevos espacios y tiempos para una nueva era de lo sensible” (Renaud, 1990).

En el primer artículo de María Belén Albornoz se discuten los modos de construcción de los imaginarios sociales sobre nuevas tecnologías de la

información y sus repercusiones en el diseño de políticas que involucran su apropiación social. A partir del análisis de una serie de iniciativas internacionales para la socialización extensiva del uso de estas tecnologías, la autora nos propone algunos puntos para el debate político en torno a esta cuestión.

Según Albornoz, la tecnología no puede ser analizada fuera de las circunstancias políticas, sociales, culturales y económicas que han determinado su diseño y evolución, de modo tal que “lo social construye lo tecnológico y lo tecnológico lo social”. De esta manera, resulta indispensable aportar a la construcción de las herramientas conceptuales que nos permitan reconocer las consecuencias políticas de una “mediación generalizada de lo técnico”, a fin de construir respuestas al uso de tecnologías de la información a partir de las realidades locales.

Rosalía Winocur realiza un interesante recorrido por las diversas formas que han adoptado los usos del teléfono celular en las sociedades latinoamericanas. El concepto de reapropiación simbólica resulta de gran utilidad para comprender “el tránsito de de lo ‘snob’ como sello de distinción, a lo ‘imprescindible’ como símbolo de pertenencia y seguridad” que ha caracterizado la incorporación de esta tecnología de la información a la cotidianidad de actores que no estuvieron inicialmente contemplados como sus destinatarios iniciales. Otra cuestión que señala Winocur como emergente del uso social del teléfono móvil tiene que ver con la necesidad de extender el ámbito doméstico al espacio público, en una búsqueda por disminuir la incertidumbre que caracteriza las relaciones sociales contemporáneas.

Finalmente, el segundo trabajo de Belén Albornoz propone algunas ideas a partir de las cuales es posible reflexionar en torno a las variadas formas de construcción de las fronteras entre lo público y lo privado que emergen de la participación en espacios virtuales como *Second Life*, *Club Penguin*, *Facebook* y *Hi5*. La autora construye una visión que desencionaliza las relaciones entre tecnología, cultura y sociedad y nos convoca a “romper la dicotomía sujeto-tecnología y trabajar la ambivalencia realidad/virtualidad”, como un modo posible de analizar las complejidades de la existencia y la sociabilidad humana en los tiempos de digitalización y creciente aceleración de los flujos de circulación de la información.

Referencias bibliográficas

- Augé, Marc (1994). *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*. Gedisa. Barcelona
- Beltrán, Luis Ramiro (1974). *Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?*. International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World. Leipzig.
- Cerbino, Mauro (2004). “Comentario a la ponencia de Ignacio Ramonet: Información y comunicación en la era de la globalización liberal, el quinto poder”. En *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*. Número 088. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Quito.
- Grimson, Alejandro y Varela Mirta (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión*. Eudeba. Buenos Aires.
- Ianni, Octavio y Vericat Núñez, Isabel (1999). *Teorías de la Globalización*, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades. UNAM. Siglo XXI. México.
- Martín-Barbero; Jesús (1999). “Recepción de medios y consumo cultural: travesías”. En Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.
- _____ (1998). “De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos”. En Laverde, María Cristina y Rossana Reguillo (eds.) *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Siglo del Hombre/Universidad Central. Bogotá.
- _____ (1997). *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gilli. Barcelona.
- Mastrini, Guillermo y Diego de Charras (2004). *Veinte años no es nada: del NOMIC a la CMSI*, mimeo, ponencia al Congreso IAMCR 2004. Porto Alegre. Brasil. Disponible en: www.catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/investigaciones/mastrini_decharras.doc, según consulta realizada el 01/03/08
- Mattelart, Armand (1993). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Fundesco. Madrid.

- McAdam, Doug; John D. McCarthy y Mayer Zald. (1999). “Oportunidades, estructuras de movilización y procesos enmarcadores: hacia una perspectiva comparada de los movimientos sociales”. En: McAdam, Mayer y Zald: *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo. Madrid.
- Orozco Gómez, Guillermo (2006). “Los estudios de recepción: de un modo de investigar a una moda, y de ahí a muchos modos”. En Saintout, Florencia y Ferrante, Natalia *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*. La Crujía. Buenos Aires.
- Pasquali, Antonio (1963). *Comunicación y cultura de masas*. Monte Ávila. Caracas.
- Renaud, Alain (1990). *Videoculturas de fin de siglo*. Cátedra. Madrid.
- Rey, Germán (2003). *Ver desde la ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina*. Taller de Trabajo: Observatorios y Veedurías ciudadanas de los medios de comunicación en América Latina. Buenos Aires.
- Vattimo, Gianni (1990). *La sociedad transparente*. Paidós. Barcelona.

Primera parte:
**Algunos debates sobre
televisión pública**

Problemas para la televisión estatal en Latinoamérica.

Reflexiones a partir del caso argentino

Roberto Follari

Introducción

En Latinoamérica, la función de la televisión estatal es un problema, no menor, dentro del marco político actual; por cierto que se ubica dentro de la cuestión más general del rol de los medios, y en especial de la televisión, incluyendo la privada.

Medios privados en general –entre los cuales la TV es siempre el de mayor llegada directa a la población– constituyen, sugestivamente, la principal oposición política a los procesos gubernamentales progresistas que actualmente se encuentran vigentes en el subcontinente.

Esta condición abiertamente opositora de los medios privados, en Venezuela ha sido por demás reconocida, y se da también en el Ecuador, Bolivia y Argentina (y en parte en Brasil y hasta en Chile, en este caso principalmente en la prensa escrita). Ocurre, especialmente, por la pérdida de representatividad de los partidos políticos tradicionales, ahora opositores. Esos partidos llevaron a la crisis generalizada del sistema de representación en varios de estos países: desde “El Caracazo”, en Venezuela, a finales de los años ochentas, a “La Pueblada” del 2001 en Argentina, y la estrepitosa salida de Mahuad en Ecuador, a comienzos del siglo XXI.

Estas crisis surgieron a partir del agotamiento de las fórmulas tradicionales de las políticas subordinadas a los dictados hemisféricos de los Estados Unidos, las cuales originaron una triste mezcla de corrupción con

ineficacia. Tal combinación –propia de los diferentes partidos por cuotas relativamente equivalentes– hicieron, en algún momento, estallar el sistema político, y dieron lugar a un vacío transitorio, que en ese entonces, en cada país, vino a ser llenado por gobiernos de corte antiimperialista, críticos del capitalismo puro y del libre mercado.

Por cierto, no nos referimos a todos los gobiernos latinoamericanos que hoy se reclaman de izquierda. Hay un sector que es sistemáticamente respetuoso del mercado y afín a una noción tradicional de representación política, revestida bajo la legitimación de ser “democrática”: el caso paradigmático es Chile. Si por los EE.UU. fuera, allí gobernaría la derecha conformada por UDI y Renovación Nacional –base histórica de lo que fue el pinochetismo–, pero ya dado el triunfo de la Concertación durante casi dos décadas, se trata de recomendar esta especie de “izquierda de mercado”, solícita y obediente con las posiciones del capitalismo internacional, sobre todo a nivel económico.

De tal modo, podemos afirmar que está claro lo señalado alguna vez por la secretaria de Estado de los EE.UU. Condoleezza Rice, y también por otros de sus funcionarios del aparato de relaciones exteriores: el actual enemigo para la gran potencia es “el neopopulismo”, ubicándose dentro de esta categoría, sin duda, a los presidentes de Venezuela, Hugo Rafael Chávez, al de Bolivia, Evo Morales, al del Ecuador Rafael Correa, e incluso –menos marcadamente, pero con ciertos rasgos comunes– al de Argentina Néstor Kirchner, y ahora a su esposa, Cristina Fernández de Kirchner, electa como la flameante Primera Jefe de Estado.

Es en estos tipos de gobiernos donde el antagonismo político se despliega, tal cual lo ha señalado Ernesto Laclau en su conocido análisis sobre este fenómeno. Y por cierto, de ninguna manera cabe admitir que la noción de democracia aplique con plenitud al capitalismo de mercado, por más que éste mantenga las formas de representación plural; habitualmente deja fuera a millones de (potenciales) ciudadanos por razones económico-sociales, a la vez que privilegia poderes “de facto” que nadie ha elegido ni consentido explícitamente. A su vez, las modalidades unipersonales del liderazgo populista y su tendencia a no atender algunos aspectos de la institucionalidad parlamentaria, no siempre pueden ser entendidas como “antidemocráticas”, según se lo hace en una mecánica aplicación de las

reglas liberales como si fuesen una modalidad *a priori* y universalmente válida de ejercicio de la voluntad colectiva¹.

Un ejemplo breve de lo que afirmamos, tiene que ver con la supuesta referencia a la “vocación totalitaria” que tendrían los gobiernos “neopopulistas” latinoamericanos. Dejemos de lado el hecho, no menos importante, de que estos gobiernos han ganado elecciones (dos los Kirchner, tres Correa –en un solo año–, siete veces consecutivas Chávez, contra toda clase de oposiciones), las cuales han sido irreprochables y repetidas, lo que constituye el núcleo principal de la legitimidad democrática. Pero ya no en lo que hace a la legitimidad de origen, sino ahora a la de ejercicio del gobierno, importa destacar que el supuesto acaparamiento del poder de que se acusa a estas administraciones es, simplemente, imposible que ocurra.

Lo que afirmamos se comprende por una razón simple: el poder no es sólo poder político. Hay poder económico de las multinacionales, poder geopolítico de las grandes potencias, poder mediático de los dueños de las empresas de ocio e información, poder ideológico de las iglesias. Poderes “de facto” nunca elegidos, y rara vez controlados. Tales poderes, en el caso de los gobiernos neopopulistas, están enfrentados con los respectivos gobiernos. Enfrentados abierta y decididamente, como la prensa diariamente muestra. De tal manera, aún si el poder político se absolutizara, el poder real –en su conjunto– está muy lejos de hacerlo; incluso, cabe advertir que cierta concentración de poder político se hace imprescindible si se trata de enfrentar a los poderes “de facto” establecidos.

En cambio, las afables “democracias” relacionadas a los Estados Unidos (el caso de Colombia con su jefe de Estado Álvaro Uribe es paradigmático) no son acusadas de limitaciones democráticas, por que el poder político está en abierta complicidad con los poderes fácticos establecidos. Por ello, aún con menor concentración propiamente política de poder –aunque no es claro que en el caso colombiano no la haya–, hay más poder concentrado en los hechos: convergencia de los poderes político, empresarial, geopolítico imperial, eclesial y mediático.

1 He desarrollado la temática del neopopulismo en el artículo “La falacia de la democracia parlamentaria como modelo irremediable”, dentro del libro de H. Biagini y A. Roig (Comps) (2007), *América Latina hacia su segunda independencia (Memoria y autoafirmación)*, Gobierno de Buenos Aires.

De manera que la fácil acusación de “antidemocracia” contra los gobiernos “neopopulistas” de nuestro subcontinente debería ser recusada, lo cual hasta ahora ha sido realizada muy tímidamente. El peso adquirido por el pactismo neorroussoniano en Latinoamérica *a posteriori* de las dictaduras, ha llevado a una especie de aceptación no crítica de la institucionalidad burguesa como forma universal de sistema político deseable —cuando no la única posible—, y a una consiguiente defección en la tarea de mostrar sus limitaciones y sus aporías.

En esta única clave suele interpretarse el proceso venezolano, y fue la que sostuvo las versiones que se hicieron dominantes cuando el cierre del canal RCTV, el cual fue claramente legal; en cuanto a que fuera legítimo, lo fue en la medida en que el canal del caso —no el único, por cierto— formó parte de una campaña permanente y agresiva en contra del gobierno elegido por la población en elecciones limpias. Es más, aparentemente varios canales de TV privados habían participado en actividades sediciosas relacionadas con el golpe de Estado lanzado contra el gobierno en el año 2002.

No fue esta la versión dominante sino la que acusó a Chávez de totalitarismo, y de pretensión de ahogar una libertad de prensa que funciona a menudo como exclusiva libertad de empresa. El hecho fue explotado internacionalmente con enorme repercusión, dentro de las campañas mediáticas habituales contra el proceso venezolano.

Por el contrario, otras voces señalan que el uso que le ha dado el mandatario venezolano, Hugo Chávez, al aparato del Estado para aumentar la emisión televisiva a su favor, resulta inaceptable. Nuestra posición no es propensa a un uso indiscriminado de los medios estatales en pro del gobierno de turno, por más que éste represente intereses mayoritarios. En ese sentido, parte importante de la emisión de los canales estatales —que han crecido en número con Chávez— resulta problemática². Una televisión estatal fuertemente pedagógica, alienada al proyecto oficial, no parece una opción compartible. Sin embargo, es importante resaltar que “Bisbal sostiene que para 2006 los medios privados eran aún observados

2 Allen, Lola (2007). *Television and politics in Venezuela: Polarisation, hegemony and democracy in the media*. Institute for the study of Americas. University of London. Mimeo.

por el 95% de los televidentes”³. Incluso si se supone que el dato no fuera del todo preciso marca una tendencia, más aún cuando el comunicólogo que lo ofreció —entrevistado por la autora del texto— de ningún modo es prochavista.

Si es como se señala arriba, en realidad quienes manejan la agenda televisiva en Venezuela son los medios privados, y por más que el Estado pueda hacer una programación sesgada en los canales oficiales, ello es casi carente de importancia desde el punto de vista de su efectivo peso en el *rating*. Habría que ocuparse principalmente del rol permanente, maniqueo e hiperactivo que por su parte establecen los medios privados, que son los que llegan a una audiencia mayoritaria. Y, por cierto, señalarse el carácter definitivamente antidemocrático de su funcionamiento, en la medida en que dependen de decisiones empresariales ajenas a cualquier control externo, ya sea el de sus propios trabajadores, el de observatorios internacionales con poder institucional de veto o al menos de opinión publicitada, o el del Estado mismo. En el caso de este último, cualquiera sea la decisión que tome, queda chantajeado por los ataques que se le hace en nombre de una libertad de prensa que debe ser defendida frente a poderes dictatoriales, pero no esgrimida en pro de la impunidad de quienes pueden atentar contra las decisiones democráticamente establecidas, a partir de la propiedad de los medios y el poder empresarial.

El caso argentino

La televisión estatal ha tenido un triste destino en Argentina: objeto de generalizada indiferencia por parte del público y de buena parte de la prensa y de la crítica, su intrascendencia y carencia de espectadores resultan elementos realmente llamativos. Sus programas más vistos no suelen superar el 3% de *rating*, según las mediciones más reconocidas.

Por supuesto que el número de espectadores no es suficiente para tipificar el valor de programaciones generales o programas específicos: si así fuera, los mejores programas serían los más vistos, cuando en verdad sue-

3 *Ibíd.*, pp. 6.

len ser los que más apelan al sensacionalismo o a lo amarillista en violencia o sexo. Pero, *a contrario sensu*, es difícil que pueda sostenerse que es válida una programación de calidad, pero que carece de espectadores. La difícil tensión entre el valor intrínseco que se asigne a la programación y la capacidad de esta para obtener atención de los espectadores, hasta ahora no ha sido resuelta de manera satisfactoria.

Por cierto, la primera tentación respecto a un canal estatal es convertirlo en canal al servicio de la propaganda oficial de un gobierno. Esto se ha hecho en determinadas épocas, pero en la actual década, en Argentina no ha sido lo dominante. El canal 7, que en tiempos de Menem diera lugar a algunos escándalos no detalladamente investigados, desde la gestión de la Rúa y en la correspondiente a Kirchner ha sostenido una tendencia de sutil apoyo a los gobiernos de turno, expresada casi exclusivamente en los noticieros, en los cuales ha cabido a su vez un cierto margen de espacio para informaciones u opiniones no favorables a tales gobiernos.

Podría plantearse –acorde a lo desarrollado más arriba– que la evidente oposición por parte de la prensa y la televisión mayoritarias (ampliamente asociadas entre sí por los propietarios de los medios) hacia gobiernos como los de diverso tipo de progresismo existentes hoy en Latinoamérica (Lula, Chávez, Correa, Morales e incluso Kirchner) justifica que existan políticas netamente oficialistas en los medios estatales. Si se busca equilibrar el marcado protagonismo de los medios privados en el ataque permanente hacia los gobiernos no propios del “establishment”, se requiere usar la televisión estatal para defender procesos que están siendo atacados desde intereses privados, al servicio de los también privados.

Resulta difícil hallar argumentos en contra de dicho razonamiento, ya que se trata de una batalla desigual: los canales privados incluyen mucho más en número de espectadores, en número de canales y en recursos disponibles. Los canales oficiales apenas podrían oponer una pequeña fuerza ante la tendencia dominante en las emisoras privadas.

Ante ello se opone un factor de peso: los canales privados representan opiniones parciales, pero son percibidos por gran parte de la población como si fuesen medios neutros y objetivos en su tratamiento de la

noticia. De tal modo, no se suele poner en tela de juicio su derecho a oponerse a los gobiernos de turno: por el contrario, ello suele quedar disfrazado como apelación a la crítica y a la independencia de criterio periodístico.

En cambio, los canales estatales que operan como voz de los gobiernos son casi automáticamente percibidos como hacedores de una función propagandística que no les corresponde. La legitimidad de una postura de apoyo a los gobiernos es casi automáticamente tachada, y muy a menudo se vuelve en contra de quienes la realizan.

Por ello, la opción de sostener calidad crítica y un apoyo –en el caso de gobiernos progresistas– que no sea unilateral ni embanderado directamente, parece ser la que responda a la necesidad de contrarrestar en parte la campaña de los medios privados, sin confundir lo estatal con lo gubernamental, ni enfrentarse a una opinión pública que rechaza una fuerte ingerencia publicitaria en pro del gobierno de turno.

Una segunda opción, claramente diferenciada de la anterior y muy socorrida por canales universitarios en Latinoamérica, es la de realizar una emisora de carácter cultural. En tales casos transmitirá conciertos y música sofisticada, debates político-ideológicos, programas históricos que develen aspectos poco conocidos y desde perspectivas intelectualmente renovadoras, filmes documentales o narrativos de directores consagrados, danza clásica y contemporánea, etc. es decir, se apelará, en estos casos, a un repertorio que realice una especie de inversión de la tendencia plebeya y maketinería que es propia de la TV mercantilizada: cultura de élites, propia de sectores intelectuales y de clases medias acomodadas, que practican un consumo selectivo e ilustrado.

Sin duda que algo de todo esto podrá ser recuperado por un canal estatal que pretenda llegar a un público importante en cantidad, pero es obvio que por este camino la selección de ese público es enorme. Solo universitarios, intelectuales y artistas suelen interesarse por una programación como la descrita. De tal modo, este tipo de programación está condenada a la minoría de televidentes, y a no ser comprensible ni interesante para la gran masa de estos.

Por tanto, sin asumir de manera alguna el populismo propio de los estudios culturales que ha invadido buena parte de las investigaciones

sobre cultura y comunicación desde la década de los ochentas⁴ (en tanto no se trata para nosotros de despolitizar el debate, ni de responder acríticamente al gusto mayoritario) nos parece imprescindible asumir que el rol social de un medio masivo como lo es la televisión, no puede complementarse si se estrecha el público a márgenes mínimos, como es aquel que posee un “background” educativo sistemático y avanzado.

La propuesta de un canal para elites universitarias, por tanto, no parece admisible. A menudo los canales de TV estatales han mantenido esta tendencia, o por lo menos han sido percibidos por el público mayoritario como si así fuera. Si bien no puede decirse estrictamente que esa sea la línea que mantiene canal 7 en el período *kirchnerista* (iniciado en el 2003), puede afirmarse que la emisora no ha podido desembarazarse de esta imagen. Los intentos por popularizar la programación han resultado, en general, poco efectivos, no tanto porque algunas de las propuestas no pudieran tener valor por sí mismas, sino porque la imagen del canal está asociada al aburrimiento, a lo formal y a lo acartonado, lejos de las opciones de entretenimiento que suele buscarse mayoritariamente en la televisión.

Dilemas de un medio público

Las empresas públicas, en los pocos casos en que se mantienen en Latinoamérica luego del neoliberalismo privatizador, suelen tener problemas de eficiencia –que también a su modo tienen las empresas privadas– pero, a la vez, implican ciertas ventajas para el consumidor que a menudo está dada por los precios del servicio o bien administrado: por ejemplo, electricidad o teléfonos más baratos o petróleo que permite obtener gasolina a precio menor (caso de Venezuela), transporte con costo acce-

4 He realizado personalmente la crítica de los estudios culturales latinoamericanos (García Canclini, Martín Barbero, etc.) en diversos escritos, especialmente en Follari, R (2002): *Teorías débiles*, Rosario, Homo Sapiens. Parecida crítica también ha sido realizada por Grüner, E (2002): *El fin de las pequeñas historias*, Buenos Aires, Paidós. Y por Reinoso, C (2000), *Apogeo y decadencia de los estudios culturales*, Barcelona, Gedisa. Destacamos que la referencia a “populismo” en este caso no es a determinados movimientos o gobiernos –como la realizada más arriba en el texto–, sino a modos intelectuales de trabajar acríticamente la cultura, asumiendo a la cultura de masas como positiva y “popular”.

sible (lo que permitían los trenes en Argentina antes de su privatización), etc.

En el caso de las universidades del cono sur, el ser públicas implica el libre acceso a los estudios, es decir, la gratuidad de estos. En otros países, como México, si bien no es así, el costo de la universidad pública es casi siempre menor (y a veces mucho menor) que el de las del sistema privado de educación superior.

De tal modo, el carácter de publico-estatal de un determinado servicio lo hace especialmente accesible para quienes lo consumen. Pero este no es el caso de la radio o la televisión: en Argentina el carácter público de las emisoras es reivindicado expresamente por la publicidad que –en sus propias emisiones– hacen canal 7 o la radio nacional. Pero tal carácter público carece de significado específico para quienes son receptores: no hace más barata la llegada al servicio, lo cual hace simplemente irrelevante dicho carácter público.

Cualquier canal de televisión privado que haga emisión por aire, es tan accesible como canal 7. De tal modo, la población no puede reivindicar alguna cualidad específica que haga a lo público de un canal televisivo; y ello es –que duda cabe– un importante factor en contra de la pretensión de llegada a la población por parte de este tipo de emisoras.

Esto lleva a un problema que es irresoluble si no se sale “por fuera”. La percepción sobre estos canales es que remiten propaganda oficial, o a emisiones culturales por definición aburridas. Tal percepción estereotipada y negativa puede ser combatida a partir de modificaciones en la programación, que vayan en una dirección diferente. Pero para que masivamente esto sea advertido, se requiere que la emisora sea asumida como una opción, y que algún sector de receptores se detenga a observar dicha programación, lo cual no se realiza, en la medida en que el canal no es considerado atractivo, dado a su imagen previa para la mayoría de la población.

Se advierte el callejón sin salida en que a menudo se encuentran estas emisoras cuando plantean alguna alternativa a las modalidades que les han sido predominantes. Necesitan para ser vistas, cambiar la impresión que han dejado; pero los cambios en la programación no son captados, pues esa impresión previa impide que tales cambios sean advertidos.

Por ello, de poco sirve la auto referencia en lo publicitario que medios como canal 7 a menudo realizan. Son mensajes que solamente llegan al mismo público que ya los mira previamente. Hay que hacer la publicidad en otros medios; obviamente no los televisivos que son competencia. De modo que se deberá apelar a la radio o la propaganda callejera, cuando se quiere promover un cambio fuerte en la impresión que la población tiene.

Lo que acabamos de señalar suena bastante elemental, pero no parece haber suficiente conciencia al respecto en canal 7 de Argentina, como no la hay en radio nacional del mismo país. De tal manera se promueven cambios a menudo interesantes, que podrían captar un sector de la masa de receptores; pero estos no se enteran, de manera que permanecen ajenos por completo a esos cambios.

Qué cambios sugerir

¿Qué hacer, si no se trata de postular un canal de propaganda oficialista, ni uno de difusión cultural de elites?

Canal 7 viene intentando caminos intermedios, pero son suficientemente difusos como para haber quedado en una especie de “tierra de nadie”, dentro de la cual se imita programas y formatos de la TV privada, sin lograr la llegada mayoritaria de esta. Lo cual es entendible: la TV estatal es sólo vergonzantemente atrevida en cuanto a búsqueda de *rating* y de escándalo, y por ello termina siendo una versión atenuada y tímida de aquello que en la TV privada y comercial predomina.

La misma cuestión de la publicidad de productos se ubica en esa encrucijada. ¿Debe la TV oficial hacer publicidad paga de productos como la hacen otros canales? es un tema a discutir, pues es obvio que la programación no puede estar sometida a los criterios de ningún inversor privado. Pero si la emisora mantiene con claridad su autonomía decisoria, tener avisadores no necesariamente sería negativo; puede hacer más ágil la programación, aunque parezca contradictorio.

Hoy la publicidad es a menudo atractiva por sí misma, y, obviamente, es variada en sus formas y contenidos. Por supuesto, podría colaborar a contar con mejores condiciones financieras para contratar figuras relevan-

tes, o para mejorar la calidad técnica de la emisión, por años muy inferior por parte de canal 7 a los demás canales de aire. Pero, por supuesto, esto debiera administrarse por fuera de lo que el canal recibe de apoyo económico oficial, pues la tendencia esperable sería que se reemplazara, gradualmente, el financiamiento estatal por el de los anunciantes. Y esto último sería simplemente el final de la televisión en su carácter de estatal, lo que determina que si se recibe dinero por avisos y publicidad, ello deba ser reglamentado previamente con extremo cuidado.

En todo caso: ¿qué programación proponer? y aquí tenemos un problema que es casi epistemológico: el callado, sujeto epistémico de la TV comercial es el ciudadano medio estadounidense. Para él están dedicadas muchas de las series que miramos, para él la gran mayoría de los filmes que vemos en canales de aire o percibidos por cable o por satélite.

En muy pocos casos aparece Latinoamérica dentro de esta programación. Cuando lo hace, es en una versión malamente *macondiana*: seríamos simplemente el espacio del exceso y la diversión, mezcla rara de alegría primitiva y sufrimiento exacerbado, propio de pueblos festivos que no han llegado a la madurez, y que, por ello, se mantienen en una especie de pureza pre cultural donde el acceso al placer y a la violencia (propios de las pulsiones humanas de acuerdo a Freud, Eros y Tanatos) sería casi inmediato.

Esta Latinoamérica instalada en el atraso y la barbarie, lo que la haría a la vez de tinte alegre y muy propia para narcotraficantes, propicia a líderes bananeros y a coloridos balnearios para vacacionar, es una autentica caricatura muy propia de la visión construida desde el capitalismo desarrollado del norte, que carece de una mirada que salga de ese *folclorismo* que no resulta simplemente falso –porque algo de todo ello hay en nuestro subcontinente– sino parcial, desenfocado y superficial⁵.

Hay que poner a nuestra América en la mira. Ello ya no es poco, en tanto gran parte de lo que vemos se ambienta en New York o en las Vegas, bastante lejos de nuestros territorios, ciudades y paisajes.

5 La crítica de Latinoamérica pensada en términos de Macondo (MC ONDO) ha sido realizada por autores subalternistas, ver Lander, E (Comp.). *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Buenos Aires. Clacso.

Pero lo principal no será sólo que nos miremos a nosotros mismos, sino la mirada con la cual lo hagamos, es decir, que produzcamos una mirada latinoamericana sobre Latinoamérica, que podamos corregir el punto de enfoque del imperio que nos reduce a ser atrasados, objeto de perspectiva antropológica, poniéndonos como centro de la percepción de otros que se consideran mejores y más avanzados.

Esto implica un trabajo muy grande a realizar. Por supuesto, no sugerimos que desaparezcan filmes europeos o estadounidenses; de lo que se trata es de instalar una perspectiva general en que la actividad cultural del subcontinente, su música, sus artesanías, su turismo, su educación, sus sistemas tradicionales u oficiales de salud, sean aquello de lo cual se trate. Y que se pueda trabajar la idea de que hay una modalidad nuestra, regional, de referirnos a todo ello, des-instalando la versión dominante de la racionalidad hegemónica.

Otro punto central y complementario del anterior, sería la superación de la condición que hace de los que viven en las grandes capitales los “sujetos trascendentales” de lo que se dice y ve en la televisión. Los países que tienen capitales donde se concentra gran parte de la población (Argentina, pero también Perú, México, Chile, Uruguay, Venezuela), producen automáticamente la división de sus ciudadanos entre los de “alcance nacional” (capitalinos) y los de “alcance local” (todo el resto, que son casi siempre la mayoría).

Se da una curiosa y velada condición por que el que está en la capital emite para todo el país, pero los del resto del país sólo pueden emitir para sus respectivas provincias o regiones. Esto lleva a que –en los hechos– los campos intelectuales, periodísticos y artísticos ofrezcan una enorme ventaja a los capitalinos, quienes pasan a representar lo universal-nacional contra lo singular-regional, condición que por cierto es poco advertida tanto por unos como por los otros.

Esta diferenciación lleva también a versiones malamente *folclorizadas* sobre el interior de los países, considerado a menudo puro objeto de la mirada ilustrada atribuida a la capital, con lo cual el resto del país pasa a ser analizado antropológicamente, como espacio de curiosidad donde se producirán comidas y costumbres exóticas, cuyo análisis, por supuesto, quedará en manos de los capitalinos.

Esta brutal diferenciación en la distribución del capital simbólico (Bourdieu)⁶, debe ser revisada desde la televisión estatal. La mirada debe ser compuesta desde el conjunto del país, o, mejor, desde todas y cada una de sus regiones. Tiene, a la vez, que deconstruirse la llamada episteme que otorga a las capitales y sus habitantes una condición de privilegio.

Lo que acabamos de decir es fácil de enunciar, pero nada fácil de realizarse. Implica descentrar el proceso de la producción televisiva, dar lugar a programaciones realizadas desde las provincias que –por cierto– para poder ser emitidas deberán llenar estándares de calidad a los que éstas no siempre han sido acostumbradas.

Un desafío nada menor. Pero creemos que por estas vías la televisión estatal podría salir de la trampa de, al querer abandonar el oficialismo fácil o el culturismo elitista, quedar como versión descafeinada de la televisión comercial. Hay que tomar un rumbo diverso de esta en la programación, y presentar programas que pueden interesar a muchos, por lo de original que lo latinoamericano y lo provincial pueden implicar.

Claro que ello implica una modificación de la concepción que se tenga sobre nuestros países, tanto en lo geopolítico internacional como en las relaciones mutuas, y en las internas de cada uno. El esfuerzo por comprometer a intelectuales en esta tarea no debería ser menor: sólo con ellos podría acometerse seriamente.

Finalmente, una referencia al *timing* posmoderno; la televisión está regida por el vértigo y la velocidad permanentes⁷. No se puede dejar de lado esa condición, porque ello sería simplemente estar por fuera de los *patterns* actuales de visibilidad: hay la obligación de permanecer en los cortes permanentes de secuencia, en el estilo *videoclip* mayoritario.

Pero sin dejar lo anterior de lado, quizá la televisión estatal deba jugar momentos de ruptura con esa tesitura, algunos programas donde se pueda recuperar las modalidades de subjetividad que lo contemporáneo ha secundarizado: reflexión, espera, ensimismamiento, podrían encontrar un sitio propio.

6 “Cómo funciona el capital simbólico en la constitución de los campos intelectuales”. En Bourdieu, P. (2000). *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires. Eudeba.

7 Esta ha sido destacado en diversos desarrollos. Uno muy claro en Virilio, P. (1990). “El último vehículo”. En W.A.A.: *Videoculturas de fin de siglo*. Cátedra. Madrid

Esto último, sin duda, conspiraría contra el *rating*, pero se trata de combatir uno de los mecanismos centrales por los cuales hoy la televisión opera una ruptura con la reflexión y el pensamiento. Estamos ante un punto decisivo donde vale la pena incidir⁸; la temporalidad posmoderna ha roto con cualquier posibilidad de centramiento subjetivo y de elaboración sistemática de la experiencia.

De tal manera, esperamos que en esta área también pudiera la televisión estatal aportar lo suyo; no sea que por buscar acercarse a mayor público y parecerse en ello a los formatos de la televisión comercial, se deje de lado este factor principal en cuanto a la constitución de subjetividades capaces de crítica y de autorreflexión conciente.

8 He desarrollado este punto en Follari, R (2006). "La alternación posmoderna de la temporalidad". En: Días Larrañaga (Ed.). *Temporalidades*. UNLP La Plata (Argentina).

La Reforma de Televisión Nacional de Chile y calidad de la política.

Aprendizajes y nuevas perspectivas

Valerio Fuenzalida

Puntos centrales de la Reforma

El presente grupo de trabajo de FLACSO acerca del futuro de los medios públicos en la región se realiza en el contexto de la renovada discusión latinoamericana acerca de la misión de los medios gubernamentales, que fueron abusados y desprestigiados por las dictaduras (Fuenzalida 2006b). Aquí se presentará el caso de la reforma de Televisión Nacional de Chile (TVN), con sus logros y problemas. La reforma es un tema muy controvertido en Chile, y debe ser insertado en el contexto chileno televisivo y social. Por tanto, el enfoque es de *policy making*; esto es, toma de decisiones políticas en contextos históricos determinados y limitados. Por ello, esta exposición de la reforma debe ser entendida como un caso de *policy making* en TV y no como un modelo, ya que cada país es diferente en su historia y condiciones.

El fin de la dictadura (1990), encontró a TVN en una crisis integral: la irresponsable administración militar había sumido al canal en una deteriorada situación económica, con bastante corrupción; la carencia de credibilidad en los servicios informativos se expresaba en baja sintonía a esos programas.

En marzo de 1992, el Parlamento aprobó dos leyes propuestas por el primer gobierno democrático que reformaron algunos aspectos del sistema televisivo chileno, modificaron el Consejo Nacional de TV (CNTV – ley N° 19.131), y reformaron más profundamente a TVN.

La reforma de TVN estableció un “deber ser” esencialmente constitutivo de la estación. En efecto, el artículo 3º de la ley de TVN (Nº 19.132) establece que la misión particular del canal del Estado chileno será la obligación especial de exhibir pluralismo y objetividad en toda su programación y, especialmente, en los programas informativos, de debate, y de análisis político. El pluralismo fue entendido no solo referido a la información sino también a creencias religiosas y gustos estéticos, con lo cual se le quitó a TVN la tradicional misión europea de formar televisivamente hacia los gustos cultivados.

El pluralismo activo de TVN se fundaba en la necesidad básica de una información plural y balanceada para mantener la estabilidad democrática, bien social que se quería cautelar después de la gravísima y prolongada crisis del Estado democrático chileno (1973-1990). Evidencias persistentes señalaban a la TV como la principal fuente de información de la población, en comparación con otros medios. Estudios posteriores del CNTV en 1997, en el 2000, y en el 2005, han vuelto a confirmar que 8 de cada 10 chilenos se informan a través de la TV. Así, pues, se concluía que los noticiarios televisivos tienen un papel básico para la adquisición de información plural y balanceada, indispensable para la gobernabilidad y estabilidad en democracia. Según la ley, TVN debería asegurar esa información.

Los tres mecanismos jurídicos para lograr la misión

Sobre la base de la experiencia televisiva chilena del pasado y examinando el nuevo contexto, la ley introdujo tres importantes reformas en TVN, tendientes en conjunto a asegurar una misión de información plural:

- TVN se transforma jurídicamente en una estación pública del Estado con autonomía política del Gobierno, dirigida por un directorio plural que integra a la mayoría y minoría política.
- La estación debe autofinanciarse para tener autonomía económica del Gobierno.

- La estación se reforma administrativamente para adquirir eficiencia y agilidad, y así competir con las demás estaciones televisivas.

El Directorio de TVN

La Reforma dispone que la empresa TVN sea dirigida por un directorio, como autoridad superior, designado en acuerdo por dos poderes públicos del Estado: el poder Ejecutivo, a través del Presidente de la República, y el poder legislativo, a través del Senado de la República. El directorio tiene 7 miembros y es presidido por un Director-Presidente designado por el Presidente de la República, quien permanece en su cargo por el período presidencial. Hay un representante elegido por los trabajadores de planta de TVN y dura 2 años en el cargo. Los seis directores restantes son designados en un acuerdo especial entre el Presidente de la República y el Senado. En efecto, como resultado de la evaluación del funcionamiento de TVN en el período de la crisis, la nueva ley busca mecanismos de consenso por sobre la confrontación; esto es, el Directorio de TVN incluye a la minoría política representada en el Senado de la República, con el objeto de garantizar jurídicamente una comunicación televisiva de Estado que represente los intereses nacionales, y no sólo los intereses del Gobierno o de la mayoría parlamentaria.

Así, pues, la función pública de Estado de TVN se ha definido en torno a la misión de proporcionar información televisiva plural y balanceada; esto es, la información se concibe como un bien social que debe ser proporcionado balanceadamente por el canal público, en lugar de emitir propaganda política gubernamental u oficialista.

Para garantizar el logro efectivo hacia esa misión, se crea el mecanismo jurídico del directorio, como autoridad efectivamente superior del canal, con dos rasgos complementarios: es designado por dos poderes públicos, y representa a la mayoría y minoría política presentes en el Senado.

Los seis directores duran 8 años en sus cargos y deben renovarse por mitades cada 4 años; este mecanismo busca que el directorio tenga confianza y estabilidad por períodos largos, y procura gobernabilidad a la empresa. Los directores son inamovibles, y esta característica busca una pro-

tección legal contra presiones políticas con posibles amenazas de destitución por mayorías políticas ocasionales. La función de director se ejerce colectivamente en el directorio constituido en sala, por lo cual la ley obliga a los directores a la reserva sobre temas de la empresa. La violación de la reserva es considerada por la ley una falta grave y causal de cesación en el cargo. Estas disposiciones buscan generar gobernabilidad interna en el directorio.

El mecanismo jurídico para designar el Directorio de TVN ha sido deliberadamente estudiado con la finalidad de obtener:

- La autonomía del Gobierno, pero la dependencia de dos poderes públicos del Estado; así, TVN es una empresa pública del Estado y con una misión comunicacional de Estado, que trasciende a los Gobiernos.
- Un Directorio plural, integrando internamente las mayorías y minorías políticas representadas en el Senado; esto es, un Directorio constituido por personas con diferentes sensibilidades político-culturales, pero de mutua confianza pública.
- La información televisiva se concibe como un bien social, por lo cual debe representar las legítimas diferencias político-culturales significativas en el país, en lugar de transmitir propaganda política y asesinar simbólicamente al adversario.
- Un directorio estable que permita la gobernabilidad empresarial y la estabilidad industrial de TVN por largos plazos.

El legislador estableció que un Directorio plural en TVN –integrando a la minoría política– era un mecanismo adecuado para procurar información política balanceada en el concentrado sistema medial chileno. Se aprobó, entonces, un mecanismo cuya ingeniería jurídica buscaba asegurar que la misión de pluralismo no se quedase sólo en los buenos deseos, sino que TVN tuviese un instrumento jurídico-organizacional que la respaldara ante las situaciones inevitables de presiones y conflictos habituales de intereses políticos.

El Director Ejecutivo de TVN es la máxima autoridad ejecutiva de la empresa y es nominado por el Directorio. Se requiere la mayoría calificada de 5 de 7 votos para designar o remover al Director Ejecutivo de TVN. Nuevamente este mecanismo busca que el ejecutivo superior de TVN sea persona de muy alta confianza del Directorio, y con garantía de estabilidad en sus funciones. Con el mecanismo de hacer depender el cargo de Director Ejecutivo del Directorio de TVN, la ley autonomiza a la administración ejecutiva de la influencia directa de los poderes políticos externos; cualquier demanda o reproche a TVN debe ser canalizado a través de los miembros del directorio.

Reforma en el financiamiento

TVN es una empresa sin fines de lucro pero la ley dispuso que debe autofinanciarse íntegramente en el nuevo escenario chileno competitivo con estaciones privadas de TV (los canales privados de TV fueron permitidos al final de la dictadura en 1989). La empresa no tiene obligación de generar utilidades (para ser traspasadas a su dueño el Estado –como es obligación de la empresa cuprífera estatal Codelco–; sin embargo, debe financiar su operación y flujo de caja, su inversión de desarrollo y de deuda. La autonomía económica de TVN no solo apuntaba a una competencia leal con las demás redes de televisión sino también fue considerada el fundamento material-económico de la autonomía política. En efecto, en Chile cualquier aporte fiscal implicaría una larga y desgastadora doble negociación anual: con la Dirección del Presupuesto en el poder Ejecutivo y una negociación parlamentaria en el poder Legislativo. El autofinanciamiento ha querido excluir la altísima probabilidad que en ambas negociaciones anuales resultase una progresiva pérdida de autonomía para TVN, como es habitual en las negociaciones políticas para obtener dinero. Por otra parte, el dinero público era requerido urgentemente para otras prioridades sociales, y los fondos públicos aportados previamente a TVN arrojaban muchas dudas acerca de su efectivo destino. En efecto, bajo las irresponsables –y a veces corruptas– administraciones de TVN durante la dictadura militar se había generado un gigantesco déficit, por lo cual se apro-

bó un aporte económico, por única vez, para sanear a la empresa.

Este discutido tipo de financiamiento se sustenta también en un nuevo escepticismo ante otra afirmación sacrosanta en el pasado: que el dinero proporcionado a los medios de comunicación por el Gobierno sería altruista frente al corruptor dinero proporcionado por la publicidad. El escepticismo proviene de la constatación que, si el dinero procedente de la publicidad se asocia con audiencia (en cantidad y en calidad), el dinero proporcionado por el Gobierno está condicionado a propaganda ideológica y a relaciones públicas políticas. A la postura anti-publicitaria se le critica un fuerte componente ideológico anti-mercado, tributario de las ideas *marcusianas* en los años sesenta, y con una ingenuidad no crítica acerca del carácter *per se* bondadoso y altruista del dinero gubernamental. Según las nuevas apreciaciones, una estación pública fuerte en tamaño y audiencia resiste mejor las presiones de la industria publicitaria que la dependencia económica del Gobierno.

El caso de autofinanciamiento publicitario en TVN no es único; desde el año 2003, un estatuto similar rige para los dos canales de la TV Pública de Nueva Zelanda, la cual se financia en un 90% comercializando publicidad y sus productos televisivos, y el otro 10% proviene de fondos públicos concursables y fondos especialmente asignados para programas que la publicidad no financiaría (www.tvnz.co.nz). Pero ciertamente estos casos son excepcionales ya que la mayoría de los canales europeos públicos tienen financiamiento mixto, y en proporciones variables.

Reformas para fortalecer la gestión

La autonomía financiera obligaría a TVN a un esfuerzo muy serio de excelencia en su capacidad competitiva tanto en programación de pantalla como en su organización administrativa. La ley procuró, entonces, a TVN un tercer conjunto de reformas que apuntaron a reforzar su capacidad de actuación empresarial. Entre otras, un Directorio fuerte y ágil que nomina un Cuerpo Ejecutivo superior dependiente principalmente de esa confianza y con estabilidad para gobernar la empresa y planificar en el largo plazo. Como resultado de la importancia en la calidad de la gestión,

los Directores Ejecutivos de TVN designados por el Directorio han sido prestigiados profesionales relacionados con la administración ejecutiva de empresas públicas y privadas, entre otros Jorge Navarrete, René Cortázar, Daniel Fernández. Otras reformas apuntaron a dotar a la empresa de la flexibilidad y agilidad necesarias para enfrentar una competencia muy dinámica como es la industria de la TV. TVN no está sometida a las rígidas normas administrativas de las empresas del Estado sino a las normas y controles de las sociedades anónimas abiertas (información más detallada acerca de esta triple reforma: Fuenzalida 2000).

Algunos logros de las Reformas

La segunda reforma con la obligación del autofinanciamiento es la más objetivable: desde 1990 en adelante los balances anuales y públicos de TVN no muestran pérdidas; solo para el año 2005 se registró una pérdida de 2.251 millones de pesos en el ejercicio anual (4,3 millones de dólares aprox.), la cual debió ser asumida por la empresa y fue revertida en el siguiente ejercicio contable del año 2006. Esta sanidad general también concluye en que el tercer set con reformas administrativas ha sido exitoso en su conjunto. TVN en el año 2006 fue la primera sintonía promedio entre los canales de la TV abierta y el segundo en ingresos publicitarios.

En relación a la misión central de proporcionar información plural y balanceada a la audiencia, un primer indicador elocuente son las cifras del *rating* promedio anual al Noticiero Central de TVN en momentos históricos con políticas editoriales diferentes acerca de la información.

La situación inicial en el año 1989, al final de la dictadura, era que el *rating* promedio a los noticieros centrales señalaba 30,0 puntos para Teletrece y menos de la mitad, 13,7 puntos para “60 Minutos” de TVN.

Noticiarios Centrales	
Rating promedio anual 1989	
TVN	Canal 13
13,7	30,0

El rediseño de los servicios informativos de TVN bajo el nombre de 24 Horas y el compromiso de información plural mantenido por años (y bajo muchas presiones) han dado fruto de credibilidad, como se puede advertir en las cifras de aumento del rating.

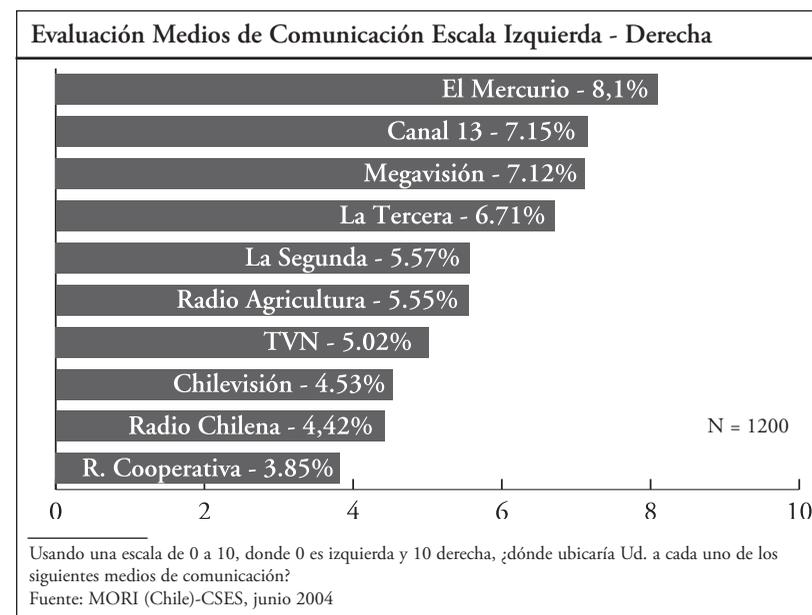
Noticiarios Centrales				
año	TVN	Canal 13	Mega	CHV
1996	18,3	20,7	7,8	2,5
1997	19,7	22,3	7,3	3,3
1998	21,8	22,1	11,1	5,1
1999	22,3	19,5	10,6	6,9
2000	24,7	19,8	8,8	6,7
2001	26,9	17,0	9,0	7,9
2002	23,0	14,9	14,8	9,3
2003	20,6	22,5	11,6	9,5
2004	19,5	18,4	14,4	11,1
2005	15,8	21,3	12,0	11,3
2006	18,1	16,0	11,2	12,6

Time-Ibope

En 1989, la línea editorial en TVN no pretendía el balance plural; por el contrario se buscaba la propaganda hacia la dictadura. El cambio en el rating hacia TVN ocurrió lentamente durante la década de los noventa y hacia fines de la década la información en TVN ocupó el primer lugar de sintonía; la audiencia fue adquiriendo confianza en una información noticiosa que por años mantuvo coherencia y constancia en su línea editorial, atravesando presiones, cambios políticos en el gobierno del país, y

de dirección en el canal. Este cambio hacia TVN es una respuesta de confiabilidad de la audiencia en la información; un caso único en los canales Públicos de América Latina. Bajo la Reforma, también en TVN siempre se ha sostenido que el logro efectivo de la misión de información plural y balanceada exige, además de confianza de la audiencia, una masividad en la cobertura; una información plural en TV, pero sintonizada por una minoría no tiene real influencia social.

La siguiente tabla constituye un mapa de percepción cualitativa de las audiencias acerca de la ubicación de diversos medios en un continuo entre izquierda-derecha. La ubicación 0 indica izquierda y 10 marca derecha. TVN se ubica en el centro, equidistante de ambos polos; esto se interpreta como una percepción de balance, sin sesgo ideológico-político, y una confirmación que la audiencia ha reconocido la línea editorial



plural de TVN.

Un tercer indicador de logro es la tabla de percepción de atributos cualitativos de credibilidad y confianza en la información de diversos canales

en un período electoral, cuando las presiones se hacen más intensas.

Credibilidad de los canales de TV durante la campaña electoral	
• TVN	30%
• Canal 13	21%
• Chilevisión	21%
• Megavisión	11%
• Ninguno	16%
• No responde	1%
Fuente: MORI Encuesta Nacional Septiembre 2005	

Los de la misión se ha cumplido en general, y ciertamente requiere perfeccionamiento, como veremos; pero ha asegurado una información plural y balanceada, no ha estimulado la demagogia ni el enfrentamiento autodestructivo, y ha impulsado a todo el conjunto de la información medial, televisiva, radial y escrita, a pluralizarse —el llamado efecto social TVN. Es decir, ha contribuido finalmente a la estabilidad y a la gobernabilidad, a la discusión política más racional, a mantener el crecimiento económico, y a enfrentar mejor las recesiones. Recientes estudios (julio 2007) del Banco Mundial muestran una correlación estadística entre gobernabilidad y desarrollo económico en diferentes países.

La información plural y balanceada en un canal público —no necesariamente el primero, pero sí masivo en penetración y confiabilidad— se establece como un estándar difícilmente distorsionable de modo permanente para otros medios; y ello es un aporte (no suficiente ni maximalista, pero) básico y fundante para la estabilidad democrática.

Esta concepción de una influencia minimalista para impedir la desinformación ha sido comparada a las nuevas concepciones acerca de la misión básica asignada a un Banco Central, la cual es mantener el valor de

la moneda e impedir la degradación de su valor por la inflación, manipulada políticamente para obtener efectos electorales de corto plazo; del mismo modo, el rol de una información plural y balanceada es impedir la degradación del lenguaje político para abordar las temáticas ciudadanas; degradación realizada a través de la propaganda gubernamental, la desinformación manipuladora, las RR.PP. políticas, el insulto y asesinato (real y virtual) de los discrepantes, las promesas populistas partidarias con soluciones ilusorias, etc. (cfr. Barros, 2001).

El background político-cultural de la Reforma de TVN

La reforma de TVN ocurre en un ambiente político-cultural no sólo post dictadura chilena sino post Guerra Fría, períodos históricos contiguos e imbricados. La nueva situación histórica cambia las percepciones. Es preciso enumerar sintéticamente algunos rasgos de ese nuevo contexto ambiental, representado por la coalición de centro-izquierda denominada Concertación, elegida por la ciudadanía para conducir al Chile post Pinochet.

En el nuevo ambiente aparece un gran escepticismo ante la autoconcepción de poseer completamente la verdad y la bondad, con la urgencia histórica de imponerla violentamente a la sociedad por la dictadura o por el *foquismo*. Más bien impera la idea de sociedades del conocimiento incompleto y en permanente adquisición.

Aparece también indefendible —al menos públicamente— el fundamentalismo de pretender aniquilar intelectual y físicamente a adversarios en ideas, conceptualizados como “los malos”; experiencia vivida cruelmente bajola dictadura.

La corrupción es una lucha permanente en todas las áreas y grupos sociales, y no está presente solo “en los demás”. Post Guerra Fría, los problemas económico-sociales del país son evaluados como internos y regionales antes que resultado solamente de condiciones externas, culpando a alguna potencia hegemónica, según las preferencias y odiosidades.

Cuando los problemas son concebidos como básicamente internos, la política se dirige a fortalecer la capacidad interna de solución. En esta

nueva visión aparece urgente afinar el diagnóstico, y ello requiere en primer lugar el reconocimiento de la complejidad de los problemas; entra en operación otro esquema conceptual donde toda opinión aparece necesaria, y por tanto hay mayor disposición a escuchar otras voces; aparece una necesidad epistemológica de información multifocal.

En este contexto, la información diversa aparece como un indispensable bien social, diversidad valorada en lugar de la antigua propaganda de certezas dogmáticas. Así se comprende la misión para TVN de entregar información balanceada; en lugar de aniquilar informativamente a la oposición política, como ocurrió bajo la dictadura.

Este nuevo contexto es extremadamente desafiante para los dirigentes sociales, ya que exige una competencia por exhibir las mejores ideas, en lugar de propaganda populista.

Si las soluciones a los complejos problemas sociales no son mágicas, se necesita tiempo para su resolución efectiva y para la evaluación correctiva de los cursos emprendidos. La información balanceada contribuye a procurar a la sociedad la gobernabilidad para avanzar en el tiempo con las reformas hacia un país más incluyente y democrático; para eliminar los enclaves autoritarios de la dictadura y reducir la inequidad.

También aparece un escepticismo ilustrado ante la bondad *per se* del Estado; la historia de América Latina muestra que ha sido a menudo un importante lugar de corrupción, opresión, crueldad e injusticia. Estudios recientes de Cepal y del PNUD muestran la mala calidad y la ineficiencia en la gestión social de los Gobiernos; pues se hace imperativa a la lucha por un mejor Estado. Y ello involucra la búsqueda de calidad en la gestión de las empresas públicas, junto al cuidado y evaluación en la eficacia de la asignación de recursos públicos.

Tal ambiente abre un campo propicio para la colaboración pública y privada, no solo del Estado con las empresas del Mercado, sino con las agencias de la Sociedad Civil y del Tercer Sector.

En lugar del rechazo autista hacia la globalización, la pequeñez y relativa pobreza del país ha planteado un esfuerzo por emprender una globalización activa; esto es, acciones con un juicio analítico de discernimiento acerca de desequilibrios y oportunidades.

Es preciso mirar dinámicamente hacia el 2050, donde países como

Rusia, China, India, Brasil serán los hegemónicos por su tamaño, reemplazando a los actuales y a las ideologías asociadas.

Este ambiente ha sido propicio para buscar políticas más permanentes de Estado y no solo políticas cambiantes de un Gobierno a otro. Pues en las complejas sociedades actuales aparece una creciente contradicción entre los objetivos de corto plazo destinados a convocar electores para los partidos políticos, y la necesidad de políticas estables que fructifican en el largo plazo; Chile ha ensayado resolver esta contradicción introduciendo organismos con políticas permanentes de Estado en ciertas áreas claves para la gobernabilidad, sobre cuyo fondo ocurre la competencia política de corto plazo; para ello se requiere establecer legalmente esas metas estables y los mecanismos de designación de autoridades que involucren a varios poderes del Estado, e incluyan a mayorías y minorías. En Chile es el caso de TVN, del Banco Central, del Contralor General de la República, de los jueces de la Corte Suprema, del Fiscal Nacional en la Reforma del sistema judicial, de los miembros del Tribunal Constitucional; hay debates actualmente para avanzar a un estatuto similar para los Directorios de las Empresas del Estado. La reforma de TVN ha operado también en un contexto televisivo fuertemente coadyuvador, que es preciso brevemente enumerar.

Sanidad en la infraestructura económico-industrial del conjunto de la TV, que implica transparencia legal en la propiedad y administración de los canales televisivos; y transparencia en el desempeño económico, con indicadores públicos trimestrales (FECU) y balances públicos anuales para todos los canales de TV, exigencia que contribuye a dificultar la corrupción.

El Gobierno tiene escasas posibilidades de “canjear” discrecionalmente deudas impagas de los canales (impuestos, salarios, seguridad social, etc.) por un sesgo propagandístico favorable, práctica muy común en otros países, como en Perú bajo la dictadura de Fujimori.

Acuerdo entre los canales de TV asociados en la entidad gremial Anatel y las agencias de publicidad (Achap) para licitar un sistema único y auditado de medición del *rating*, con el sistema *People Meter*; acuerdo que ha generado mayor transparencia y confianza en el sistema. No es posible tener programación televisiva de calidad si el conjunto de la industria

televisiva es de baja calidad legal-empresarial.

Un conjunto de regulaciones legales acerca de política y TV, que implican prohibición de la publicidad política pagada por TV, en todo tiempo, pero publicidad gratuita por cadena nacional de TV Abierta en todos los canales televisivos en períodos electorales determinados y con tiempos proporcionales. Financiamiento público para los partidos políticos y transparencia en el aporte de dineros privados a partidos políticos y candidatos.

Una agencia pública como el CNTV (www.cntv.cl) y su valioso aporte en un doble campo: estudios constantes acerca de la TV chilena, y el concurso económico anual Fondo CNTV para incentivar la innovación en programas televisivos. Este fondo aporta un dinero inicial de riesgo a programas televisivos creativos y originales que los canales están comprometidos a emitir, pero que sin el apoyo del CNTV no los habrían producido; los aportes del Fondo CNTV han sido importantes para el desarrollo de este tipo de programas; beneficia a todos los medios y a productores independientes en asociación con los canales; el éxito del Fondo ha conducido a aumentarlo año tras años, alcanzando aproximadamente 3,1 millones de dólares en el año 2007.

Ha sido importante la presencia de agencias privadas de autorregulación ética como el Consejo de Regulación en Ética Publicitaria (Conar) para resolver conflictos de intereses y para velar por algunos valores en el área de la publicidad (www.conar.cl). Asimismo el Consejo de Ética de la Federación de los Medios de Comunicación Social para resolver expedidamente denuncias sobre ética informativa, y proponiendo medidas tendientes a incentivar valores informativos como la credibilidad, la acuciosidad, el respeto a la privacidad, y otros (www.anp.cl).

Deficiencias y problemas

Es necesario indicar, someramente, algunas deficiencias y problemas por resolver (más información, Fuenzalida 2006a). TVN aparece con exigencias que no tienen correspondencia con los demás canales chilenos. Una actualización de las leyes chilenas de TV debería considerar el tema de las

concesiones, no sólo en cuanto a tiempo de duración, sino, además, en relación con las tareas sociales que la sociedad debería solicitar a los concesionarios de esos bienes públicos. Tanto en los EE.UU. como Gran Bretaña los canales privados concesionados deben cumplir ciertas normas en programación. La Televisión Act en los inicios de los noventa en los EE.UU. estableció metas en relación a la emisión de programas de TV infantil a los canales americanos concesionados, con el valioso resultado de ampliar en cantidad y calidad la producción de programas infantiles.

La sustentación económica de TVN básicamente en el mercado publicitario ha mostrado sus bondades y limitaciones; las bondades son claramente una buena administración y gestión con autofinanciamiento, y baja corrupción. Las limitaciones son la escasa regionalización de TVN (para la cual tampoco hay decisión política) y la carencia de ciertos programas que no son financiados por publicidad. Se requiere aumentar substantivamente el aporte económico de fondos públicos del Estado chileno, a través de los fondos posibles participantes para todos los canales. El mecanismo asignado del Fondo del CNTV ha sido efectivo y debería ser perfeccionado.

La misión informativa de TVN refleja una sobreexigencia política (y semiótica) unilateral hacia el medio televisivo, y descuida la necesidad de proponer mecanismos activos del Estado para favorecer efectiva y sustentablemente el pluralismo en la prensa escrita y en el medio radial, con especial relación a la prensa y radio regionales, radios comunitarias, etc.

Un solo canal emisor no tiene capacidad para programar en 24 horas toda la diversidad de contenidos que anhelan las audiencias. Por ello, TVN requiere de más señales abiertas nacionales para producir y emitir programas segmentados. Existe la necesidad que TVN pueda operar varios canales segmentados con la introducción de la TV digital multiplex.

Es preciso abordar el escenario de la relación entre la ciudadanía y los nuevos medios digitales, ya que aparece un progresivo abandono de la prensa escrita, del cine de salas, de la radio y de la TV –especialmente en sectores jóvenes.

TVN no ha logrado establecer de modo útil consejos consultivos de la sociedad civil –alrededor del Directorio o de la Dirección Ejecutiva– que

ayuden a conocer demandas y mejorar la interconexión con la ciudadanía. Algunas experiencias efectuadas en la década de los noventa fueron muy frustrantes, ya que los convocados, representantes de organismos de la sociedad civil, desconocían completamente el medio televisivo en general, y la programación de TVN y de los demás canales.

TVN no ha desarrollado en toda su potencialidad formatos de alta sintonía (como docudramas y otros), en donde la audiencia satisface expectativas educativas vinculadas a la vida cotidiana en el hogar; hoy día ya existe información consistente en que la expectativa educativa de la audiencia latinoamericana acerca de la TV Abierta recibida en el hogar se ha desacoplado de la Escuela y se vincula a las carencias experimentados desde la familia (cfr. Fuenzalida, 2005).

TVN requiere de una fuerte reingeniería industrial para adecuar su tamaño con sus ingresos y con el alza de costos; esta alza es provocada por la competencia entre varios canales que ofrecen programaciones no segmentadas, por la inflación en el valor de los talentos, por la acelerada renovación técnica en equipos, y por un mercado publicitario chileno muy estrecho. La reforma pendiente debería avanzar hacia un modelo de canal de tamaño más pequeño con bajo costo fijo, con una importante provisión de programas externos independientes, y conservando sólo la producción interna de carácter estratégico. La ventaja es no sólo económica sino también la incorporación de más talento.

La oportunidad digital

Pero la oferta programática masiva actual de TVN –y de todo el sistema televisivo chileno en TV Abierta– no satisface a sectores de la población, que desea ver otros contenidos segmentados. La audiencia reclama más diversidad programática a la TV chilena –como aparece repetidamente en informes del CNT– pero tal mayor diversidad puede ser satisfecha de modo muy limitado por un canal con una sola señal abierta general.

Nueva etapa para TVN

La TV digital terrestre puede inaugurar una nueva etapa para la misión pública de TVN, en la cual no solo asegure la información plural y confiable sino mayor calidad para la audiencia con una oferta televisiva diversificada.

Si TVN se convierte en operador multicanal, podría manejar varias señales digitales, segmentadas con contenidos diversificados:

- 1 Señal infantil
- 2 Señal de Alta Cultura y Ciencia
- 3 Señales regionales
- 4 Noticias e información socio-política
- 5 Señal juvenil
- 6 u otras.

Tales señales pueden operar segmentadamente en determinadas horas del día, y en otras emitir una señal única nacional en alta definición.

Así pues, la tecnología digital posibilita que TVN –el canal público chileno– asuma una misión más compleja y amplia, que es procurar más diversidad programática para el público, y con ello más calidad en su oferta a la audiencia.

Al igual que la reforma de TVN en 1992 puso masivamente un estándar informativo plural a todo el sistema chileno, una operación multicanal en TVN puede colocar un nuevo estándar de variedad y calidad.

Nuevos modelos de financiamiento

La operación de los canales segmentados tiene costos más bajos que la operación de los actuales canales generalistas, ya que repiten grandes bloques de programas varias veces por día y por mes (los canales infantiles de cable repiten 3 y 4 veces por día los bloques), y los costos son aún menores cuando son administrados por un mismo operador multicanal. En el hecho, el cable opera bajo la modalidad de operadores multicanales: Pramer, Discovery, la misma BBC, y muchos otros operan varios canales

segmentados en el cable. Ante la dispersión de las audiencias según sus preferencias temáticas, el modelo del operador multicanal suma rating y financiamiento. Ese sería uno de los nuevos modelos de negocios para TVN digital terrestre.

Por otra parte, el Fondo del CNTV para calidad de la TV chilena, tiene que readecuarse en montos asignables y contemplar nuevas modalidades –como fortalecer canales y bloques temáticos de programación.

Conclusiones

En síntesis, es posible advertir importantes temas pendientes en políticas públicas de comunicación televisiva, así como se han anotado insuficiencias en el desempeño de TVN. Pero TVN ha introducido, bajo la reforma, una administración profesional, sanidad económica, y baja corrupción, estándares que han llevado al canal al liderazgo en audiencia y han influido positivamente en el resto de la industria televisiva chilena.

Comparando con épocas previas, la reforma de TVN ha logrado también crear un canal público que ya no es percibido como una estación de propaganda y de desinformación al servicio del oficialismo de turno; y, positivamente, es percibido en general proporcionando una información balanceada, confiable, y masiva; el hecho que en la jornada electoral del 15 de enero del 2006, que eligió como Presidente de la República a Michelle Bachelet, haya sido sintonizado en primer lugar entre los canales televisivos, es una señal de confianza masiva en su información percibida equilibrada. Y tal política editorial, misión obligatoria establecida por la reforma, ha influido positivamente expandiéndose a la TV chilena como un estándar, difícil de violar de modo permanente.

Nadie, en Chile, atribuye a propaganda oficialista de TVN la permanencia de 17 años (1990-2007) en el Gobierno por parte de la alianza política llamada Concertación; como tampoco nadie podrá atribuir a TVN una posible alternancia en el Gobierno.

Según los datos disponibles, la información televisiva balanceada, masivamente creíble, y socialmente útil para la gobernabilidad social,

constituye el principal logro de la reforma de TVN; y ciertamente no es un logro menor para un canal público de TV en el contexto regional de América Latina.

Pero, la tecnología digital ofrece una nueva oportunidad política de constituir a TVN en un canal multioperador con varias señales segmentadas, que emitan contenidos diversificados y así satisfacer demandas insatisfechas por mayor calidad en contenidos de programación.

Referencias bibliográficas

- Barros E. (2001). *Lo público y lo privado en el derecho*. Estudios Públicos N° 81. Centros de Estudios Públicos. Santiago.
- Castells M. (2005). *Globalización, Desarrollo y Democracia: Chile en el contexto mundial*. FCE. Santiago.
- Ffrench-Davis R. (2003). *Entre el Neoliberalismo y el Crecimiento con Equidad: tres décadas de Política Económica en Chile*. Dolmen Ediciones. Santiago.
- Fuenzalida V. (2006a). La reforma de TVN en Chile: logros y problemas. Cap. En: *Radiotelevisión de Servicio Público: Un Manual de Mejores Prácticas*. Indrajit Banerjee y Kaling Seneviratne (editores). Unesco. Oficina de la Unesco para América Central. San José de Costa Rica.
- _____ (2006b). Reformas en la TV Pública de América Latina. Cap. En: *De lo estatal a lo público. Medios: ¿de quién y para qué?*. Rosa María Alfaro Moreno (editora). Ed. A.C.S Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social. Lima.
- _____ (2000). *La Televisión Pública en América Latina. Reforma o Privatización*. FCE. Santiago.
- _____ (2005). *Expectativas Educativas de la Audiencia Televisiva*. Ed. Norma. Bogotá.

Venezuela: El lejano servicio público

Andrés Cañizález¹

Tal como lo anunciara el presidente de Venezuela Hugo Chávez con cinco meses de antelación, el 27 de mayo del 2007 a la medianoche se apagaron los equipos del canal más antiguo de Venezuela, de esa forma RCTV dejó de transmitir, tras 53 años de historia y estando al momento del cese en el primer lugar de audiencia con un encendido cercano al 40 por ciento del país.

Las consideraciones políticas y comunicaciones de esa medida se verán más adelante, pero nos parece necesario, en primer lugar detenernos en la propuesta estatal que sustituyó a RCTV a partir del 28 de mayo de 2007, y cuya puesta al aire se justificaba, según la tesis gubernamental, por la necesidad de una televisora de servicio público en el país. Desde nuestra perspectiva, fueron razones netamente políticas las que llevaron al cese de RCTV en la señal abierta², y la cuestión del servicio público se usó como coartada para incidir en la opinión pública, nacional y extranjera.

1 Andrés Cañizález. Licenciado en Comunicación Social y Magíster en Ciencia Política. Dirigió en el lapso 2000-2006 la revista *Comunicación*, que edita el Centro Gumilla. Investigador del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Corre-e: acanizal@ucab.edu.ve Web: http://www.ucab.edu.ve/ucabnuevo/Infocracia_CIC. Está ubicado en el escalafón 1 del Programa de Promoción del Investigador de Venezuela y Coordina el Grupo de Trabajo “Comunicación Política y Medios” de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC).

2 RCTV volvió al sistema de cable y satélite el 16 de julio, bajo la figura de RCTV con operaciones desde los Estados Unidos. Sin embargo, su permanencia en el sistema de suscripción es incierta, pues la Comisión Nacional de Telecomunicaciones no reconocía, hasta el 16 de septiembre de 2007, su carácter de medio internacional, al igual que CNN o Warner Channel, y las autoridades le solicitaban su inscripción como productora nacional y por tanto obligada a cumplir, entre otras cosas, con las cadenas presidenciales.

Los ministros Jesse Chacón y William Lara, titulares de Telecomunicaciones y de Información, respectivamente, pusieron sobre el tapete, a lo largo del primer semestre de 2007, la opción de servicio público para suplir la anunciada salida del aire de RCTV. No es un asunto menor, se trataba técnicamente de una señal con cobertura nacional, cuya concesión manejaba este grupo por más de medio siglo. Esta propuesta gubernamental echó mano, pero sólo en el discurso, del Proyecto Ratelvé, que décadas atrás distinguió al país en materia de propuestas sobre cómo debería ser una señal de servicio público. Nos contamos entre los venezolanos que desde hace largos años cuestionamos el manejo de la pantalla televisiva nacional³; sin embargo al castigar a RCTV y no colocar en debate el manejo las otras señales gubernamentales como VTV, Vive y ANTV, junto a la realineación política de las estaciones privadas Venevisión y TeleVén, como parte sustancial del problema mediático, se pone en evidencia una clara operación gubernamental, que, difícilmente, pueda dar como dividendos la añorada televisión de calidad.

Para quienes no lo recuerdan o no tienen edad para saberlo, Ratelvé fue un completo proyecto que se publicó en 1977, en Venezuela, que básicamente propugnaba por un modelo de radio y televisión pública. Con Ratelvé, el país hizo un aporte significativo al debate latinoamericano que propugnaba por la democratización de las comunicaciones. La falta de voluntad política para su aplicación terminó convirtiéndolo sólo en documento de estudio. Años después, se reformularon algunas banderas del concepto de servicio público, entendiendo a lo público más allá de lo estatal, colocándole límites a la intervención gubernamental, y poniendo el acento en los roles que pudieran cumplir ciudadanos y académicos.

Teniendo estas referencias como telón de fondo, entonces las repetidas declaraciones gubernamentales, en torno al servicio público, una vez que saliera RCTV, deben ser vistas en su justa dimensión. Ambos hablan

3 En 1991 el Centro Gumilla publicó, dentro de su línea de formación sociopolítica, el folleto *Los medios de comunicación en Venezuela*, que tuvo una segunda edición una década después. Al iniciarse la década de los noventa nos parecía oportuno cuestionar el rol mediático, especialmente televisivo, en la consolidación democrática. La crítica contra aquella televisión, y las propuestas de servicio público, lamentablemente parecen ser sólo un objeto de uso para justificar la consolidación de una hegemonía mediática gubernamental. Sobre este aspecto abundaremos en otra parte de este texto.

como si fuese la primera vez que el gobierno del presidente Chávez administra una señal de radio o televisión, cuando en realidad desde el 2 de febrero de 1999 diversas frecuencias están bajo su responsabilidad, y ni siquiera se dieron intentos para ensayar un servicio de vocación pública. Tanto Chacón como Lara, además, han tenido posibilidades administrativas –dada su condición de ministros en el área– de transformar en servicio público la señal de la televisión estatal, VTV, o de Radio Nacional de Venezuela, cabría preguntarse por qué no se ha hecho.

Un estudio realizado en el año 2004 por el investigador Bernardino Herrera del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad Central de Venezuela (Ininco-UCV) comprobó que más del 70 por ciento de un día de programación regular de VTV, la principal señal estatal antes del 27 de mayo, estaba formada por información-opinión sesgada, propaganda partidista-gubernamental y la repetición de las alocuciones presidenciales. Chacón, precisamente, era ministro de Comunicación e Información para la época. En España, de forma paralela a lo que viene sucediendo en Venezuela, durante la era Chávez, la llegada de Rodríguez Zapatero al poder tuvo como correlato un replanteamiento a fondo en el manejo de la radio y televisión estatal, para convertirla genuinamente en un modelo con vocación pública. En todos los documentos españoles se resalta –justamente– la necesidad de pluralidad en los contenidos y la defensa de la diversidad como acento neurálgico de la libertad de expresión.

La hora de Teves

A pesar de que el presidente Chávez había anunciado el cese de la licencia para RCTV con seis meses de antelación, sólo 15 días antes fue que la ciudadanía supo lo que vendría en su lugar; no se trató de una campaña de intriga, sino de improvisación. Al revisar las declaraciones públicas del primer semestre del 2007 se observa una disparidad de criterios en el alto gobierno, sobre qué hacer con la frecuencia que quedaría libre, desde otorgársela a otro privado, hasta crear cooperativas para su administración. Finalmente se impuso lo que viene siendo la lógica gubernamental:

estatizar. El 14 de mayo, con el decreto presidencial 38.682 se dio nacimiento oficial a la Fundación Televisora Venezolana Social (Teves), que dos semanas después estaría al aire.

Teves es una fundación gubernamental, sin fines de lucro. Los fondos los aporta el ejecutivo y está adscrita al Ministerio de Información y Comunicación. Cinco de sus siete miembros de la directiva son nombrados por el ejecutivo y son de libre remoción. La primera directiva designada está integrada por personas sin experiencia previa en el manejo de la televisión, pues si bien su presidenta, Lil Rodríguez, es una conocida periodista especializada en la música caribeña, su trayectoria profesional es básicamente radiofónica. Así las cosas, con poco tiempo para implementar un proyecto y sin un sólido equipo profesional, Teves salió al aire el 28 de mayo a nivel nacional⁴. El fracaso ha sido tan notorio que hasta una figura muy cercana al poder como José Vicente Rangel, hasta hace poco vicepresidente y hoy de nuevo en la arena periodística, criticó públicamente al proyecto. El público también dio una respuesta negativa: en junio la audiencia fue de sólo 5 por ciento de acuerdo con la empresa de medición AGV. Cuando RCTV usaba esa frecuencia la audiencia rondaba el 40 por ciento.

Con este contexto, una pregunta que flota entre muchos venezolanos, y no pocos son militantes del proceso bolivariano: ¿y todo el alboroto que se armó en el país fue para esto? La salida del aire de RCTV por señal abierta implicó largos meses de debates públicos, cuantiosos recursos estatales en explicar, dentro y fuera del país, sin que ello mermara la condena internacional o el desazón local, amén de someter a la población venezolana a uno de los debates más maniqueos de los últimos años. Se trató de vender la medida como un acto eminentemente administrativo, cuando en realidad asistíamos a una clara retaliación política contra la línea editorial de RCTV. Los inéditos pronunciamientos públicos de Gustavo Cisneros, para explicar la posición de su canal Venevisión, durante el mes

4 Sobre este aspecto hay una decisión judicial pendiente. La Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia decidió el viernes 25 de mayo que los equipos de transmisión de RCTV debía prestar un servicio público y pasaron a ser usados por Teves, siendo resguardados por las Fuerzas Armadas. RCTV no ha recibido una compensación económica, ni tampoco se estableció un lapso para este “préstamo” forzoso.

de julio, corroboran lo que a todas luces se sabe: el tema de las concesiones fue un hecho eminentemente político.

Ha sido la crónica de un desacierto anunciado. Cualquier propuesta televisiva y con mayor razón una que se autodenomina de servicio público, debe evitar la improvisación. En este caso, aunque ya el gobierno tenía largamente decidido el cierre de RCTV, y para ello basta remitirse a declaraciones del presidente Chávez, no fue sino a escasos días del cese en que se puso en marcha lo que sería la nueva propuesta.

No puede ser de servicio público una emisora que se asume, desde el inicio, con una parcialidad política, con lo cual ya excluye a una parte del país, que si bien no respalda en las urnas al proyecto del presidente Chávez, son tan venezolanos como cualquier otro. Lil Rodríguez ha enfatizado que en la pantalla de Teves no habrá espacio para la oposición. Ella misma, por otro lado, ha tenido que salirle al paso a situaciones que reflejan la improvisación: el 4 de junio debió sacar del aire la serie Viajes: Destino X, por no tener el permiso respectivo de transmisión, mientras que el 26 de junio la emisora quedaba sin espacio informativo por diferencias entre la directiva y el equipo de producción independiente. Rodríguez ha anunciado ajustes al documento constitutivo de la fundación, pues prevé que la ella sólo administre y que no produzca espacios, lo cual —a su juicio— es un error.

De acuerdo con un primer estudio sobre Teves, realizado por Gustavo Hernández⁵, director del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (Ininco-UCV), al analizar tres días de la programación del nuevo canal, en junio del 2007, resaltaba que el 60 por ciento de la producción sea extranjera, lo cual contradice la Ley de Responsabilidad Social, no cumplía tampoco la pauta de contar con varias horas de productores nacionales independientes, y alrededor de un 15 por ciento del espacio transmitido se dedicaba abiertamente a la propaganda gubernamental. El investigador constató que un mensaje, planteando la necesidad de encaminar al país hacia el socialismo del siglo XXI (la propuesta del presidente Chávez), apareció hasta 50 veces en un día.

5 El estudio formará parte de la edición 138 de la revista *Comunicación*, que edita el Centro Gumilla www.gumilla.org.ve correspondiente a tercer trimestre de 2007

En otros países, y Chile es un buen ejemplo para no irnos a Europa, existen algunos consensos. Como lo menciona Fuenzalida, el primero es que justamente la televisión de servicio público debe ser la más democrática y la menos sectaria. También hay bastante acuerdo en la necesidad de que esta pantalla contribuya definitivamente al entretenimiento, tratando de superar la banalidad que impera en la pantalla comercial, pero haciendo genuinas producciones que se conecten con las audiencias. Nada de eso, lamentablemente, ha caracterizado el nacimiento de Teves.

Otra negación del papel estatal

Al revisar el contexto mediático venezolano no puede dejarse, a un lado, el tema de las cadenas nacionales de radio y de televisión. Desde que asumió el poder, en 1999, el presidente Chávez comenzó a pervertir el mecanismo de las cadenas. A quien no vive en Venezuela debe explicársele que las cadenas son el nombre de un mecanismo, ratificado en la ley, que le otorga al poder ejecutivo un uso absolutamente discrecional del espectro radio eléctrico. Durante el tiempo de las cadenas, ninguno de los 26 millones de habitantes del país pueden tener un mensaje distinto en sus aparatos de radio o televisión, salvo que tengan un servicio de suscripción privada y así refugiarse en la televisión foránea. Vale comentar que en Venezuela se han interrumpido juegos decisivos del béisbol profesional o se han postergado capítulos clímax de telenovelas, porque el presidente Chávez decidió, a último minuto, que su palabra debía ser oída por todo el país. ¿Qué pasaría en Argentina, por ejemplo, si Kirchner interrumpe con un mensaje a la nación un partido River-Boca o si Lula se encadenara y dejara al pueblo brasileño sin posibilidad de elegir cuál telenovela ver?

Con anterioridad a la llegada del presidente Chávez al poder, su uso se limitaba a las fechas patrias, a alocuciones que tenían un peso en la política pública del país o con motivo de decisiones gubernamentales de envergadura. Gracias a la matriz de opinión gubernamental, las cadenas comenzaron a justificarse en aras de hacer frente a la guerra mediática de los privados. En tanto, el programa “Aló, Presidente” ha devenido en una es-

pecie de semicadena, dado el alto número de medios gubernamentales que lo transmiten de forma simultánea.

Hasta el 26 de mayo del 2007, y desde que asumió el poder en febrero de 1999, el presidente Chávez había dado 1.542 cadenas. Eso quiere decir que cada dos días hay una. ¿En cuál horario? Sencillamente en el que se le antoje al jefe de Estado. En total son 922 horas con 43 minutos. Eso equivale a unos 38 días (y sus noches) de absoluto monólogo comunicacional, en los últimos ocho años en Venezuela.

El programa “Alo, Presidente”, esa especie de semicadena en la que se suman los medios oficialistas los días domingos, sumaba –también hasta el 26 de mayo– un total de 1.006 horas. Esa suma equivale a 41 días, y sus respectivas noches.

Desde la perspectiva del derecho a la libertad de expresión, efectivamente el Estado tiene la potestad de administrar y manejar el espectro radioeléctrico, pero éste es un bien común. Su uso excesivo, discrecional y en no pocos casos convertido en herramienta de una parcialidad política, terminan desvirtuando y desdibujando el papel del gobierno. Toda una contradicción con el sentido de lo que debería ser un servicio público.

En tanto, la crisis generada por el cierre de RCTV parece haber cobrado una víctima insospechada: Gustavo Cisneros. Pese a que su canal, Venevisión, fue durante décadas el archirival de RCTV, no aumentó su audiencia después del 28 de mayo y ésta sigue ubicándose en torno al 36 por ciento, según los datos de AGV. Con una fecha de vencimiento similar, Venevisión sí tuvo una licencia renovada por el gobierno, pero sólo por 5 años, y no por los 20 que esperaba.

Presentado como magnate de los medios, por el fuerte peso que tienen sus negocios en varios países, Cisneros había optado por el bajo perfil en los últimos años, en relación con la situación político-mediática de Venezuela. Muchos, sin embargo, recuerdan que una de sus últimas apariciones públicas fue a la cabeza de una multitudinaria marcha de oposición en el año 2003 para defender la libertad de expresión en el país. Luego, en 2004, se le vio llegar –nada menos– que junto al ex presidente estadounidense Jimmy Carter, para el único encuentro, del que se tenga memoria, que haya tenido Chávez con un propietario de los medios locales.

Venevisión y el propio Cisneros han vuelto al tapete, y no es para menos. Si la tesis gubernamental era acusar de golpista a RCTV, por el papel de esta planta en abril del 2002, esa misma acusación valía para el resto de medios, incluyendo –sin duda alguna– a Venevisión.

Cisneros, en inusuales mensajes al país, ha justificado el giro de 180 grados que en materia editorial dio Venevisión. Y precisamente asevera que ello obedeció a que tomó conciencia de que un medio no puede tener partido en un conflicto político. Eso, en la teoría, es irrefutable. Sin embargo, lo que sucedió con su canal no fue que optó por el equilibrio, sino que abrazó la causa gubernamental. El informe de la Unión Europea sobre las elecciones de diciembre de 2006, refleja con claridad ese posicionamiento. Se podía estar en desacuerdo con el estilo incisivo y ácido de varios de sus periodistas estrellas, como Napoleón Bravo, pero es un flaco favor a la democracia venezolana que Venevisión haya suprimido, por ejemplo, el espacio matutino de opinión y entrevistas de ese periodista, como lo hizo 2 años atrás, y sin dar ninguna explicación a la audiencia, en su lugar haya colocado un espacio para la astrología y la lectura de cartas del Tarot.

Diversos medios, sólo un mensaje

En Venezuela, y es conveniente insistir en ello, se ha venido consolidando un aparato comunicacional bajo la administración Chávez, y esto ha sido particularmente notorio a partir del 2003. Cuando se revisa el antes y el después de los sucesos de abril del 2002, en la lógica gubernamental, resultó claro que la dispersión chavista después del golpe, en buena medida obedeció a la ausencia de medios. El canal 8 estaba fuera del aire, y los medios comerciales coincidían en aquel silencio, negador de la realidad y tan negativo, que sus consecuencias aún las cobra hoy el gobierno.

El regreso del presidente Chávez a la presidencia marcó un después en materia mediática. Se impulsaron acciones legales como la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, así como al Reforma del Código Penal, pero lo más notorio fue impulsar un aparato mediático gubernamental. Se creó entonces Vive, el canal de la Asamblea Nacional

ANTV y Telesur. Se inyectaron enormes recursos a Venezolana de Televisión y a Radio Nacional de Venezuela.

La inversión, sin embargo, no terminaba de dar los frutos, pues en el primer semestre del 2007 el primer lugar de sintonía lo llevaba RCTV, muy lejos de las experiencias televisivas gubernamentales. El cierre de este canal, entonces, perseguía también romper una conexión simbólica arraigada. La lógica predominante parece orientada sólo a tomar los espacios sin preocuparse mucho luego del éxito o fracaso que tenga. Entre los aspectos que posiblemente inciden en la baja audiencia está en la saturación informativa-ideológica de las diversas pantallas oficiales. No logran entretener.

De acuerdo con una investigación que adelantada por Rafael Quiñones y Marcelino Bisbal⁶, cuatro de los canales principales, bajo administración pública, como Venezolana de Televisión, Vive, ANTV y Telesur, destinan entre 57% y 65% de su programación a lo informativo y propagandístico, pese a que teóricamente deberían tener funciones diversas. En otras palabras, el gobierno tiene diversos medios, pero el mensaje sólo es uno.

En el ambiente de polarización en el que nos movemos, y dada la sensible piel que tienen los funcionarios a la crítica, los medios gubernamentales, según el estudio, parecen entrar a competir con la cobertura informativa de los privados. Este trabajo, que analiza una muestra a inicios de julio de 2006, concluye que buena parte de la programación de los cuatro canales tiene “un fuerte acento ideológico en concordancia con el ideario político del Gobierno”, por lo que no caben dudas: “cumplen una función claramente adoctrinadora frente a su público”.

El espacio que tal vez resulta más distorsionado es, de lejos, el canal cuyo lema sostiene ser de todos los venezolanos: Venezolana de Televisión (VTV). Éste dedica el 80,36% del total de su programación a la reseña noticiosa, propaganda oficial y partidista hacia el actual Gobierno, así como a las alocuciones presidenciales. El género dominante en la pro-

⁶ Esta será publicada por la revista *Comunicación*, del Centro Gumilla, en la edición 138, correspondiente al tercer trimestre de 2007. La edición electrónica puede verse en: www.gumilla.org.ve

gramación de VTV es el de informativos con más de la mitad del tiempo total de transmisión del canal, equivalente a 57,54%. La propaganda es el segundo género más importante de la programación de VTV con 12,85%.

En teoría, pero sólo en la teoría, Vive TV debería cumplir con una agenda educativa y cultural, en la cual debería darle prioridad a los programas de formación humana. En la práctica, destina el 66% de sus espacios al género informativo, “desde la óptica gubernamental de lo que se considera noticia”. Un 10 % es propaganda. De acuerdo con la percepción de los investigadores, según la “misión con la que se crea y promociona Vive TV, los programas documentales deberían ser el género de programación de mayor relevancia. Empero, los documentales llegan a ocupar alrededor de 9% del total de la programación del canal”.

En Telesur, creado para la integración regional y la diversidad cultural latinoamericana, predomina el género informativo con 54% de la programación diaria dedicada al acontecer noticioso nacional y latinoamericano. El documental está en el segundo género en importancia con 21% del tiempo total de transmisión. En relación con la propaganda las cartas están sobre la mesa: es totalmente favorable al Gobierno y a las organizaciones del Estado. Y finalmente, está ANTV que en el papel tendría que estar destinado a difundir el trabajo legislativo. Este canal, que también –en teoría– corresponde a otro poder, dedica el 18 % de su programación a las alocuciones presidenciales.

Con tales programaciones, y con la evidente orientación informativa-ideológica que pesa sobre estos canales, difícilmente puede esperarse una actuación apegada a los principios del servicio público, que deberían guiar a un canal financiado con fondos públicos. Para los dos investigadores la cuestión es clara: “del análisis hecho se demuestra que la actual televisión estatal responde más a intereses gubernamentales, que a claros objetivos de un Estado democrático”.

Referencias bibliográficas

- Agencia Bolivariana de Noticias (2007). Servicio Público de Televisión Nacional utilizará espectro que dejará Rctv, Radio Nacional de Venezuela, <http://www.rnv.gov.ve/noticias/index.php?act=ST&f=2&t=43149> (Recuperado el 13 de septiembre)
- Arrieta, E. (2007). La hegemonía cultural y la programación de TVES, Aporrea, <http://www.aporrea.org/medios/a37964.html> (Recuperado el 13 de septiembre)
- Arteaga, K. (2007). Chacón admite que audiencia de Teves no se acerca a la de grandes canales, El Universal, 25 de junio, http://www.eluniversa.com/2007/06/25/pol_ava_chacon-admite-que-au_25A890311.shtml (Recuperado el 13 de septiembre)
- Cañizález, Andrés (1991). *Los medios de comunicación social en Venezuela*. Serie formación sociopolítica. Centro Gumilla. Caracas
- Cobo, M. (2007). Somos capaces de poner al aire una televisora de servicio público el próximo 28 de mayo, Ministerio Popular para la Comunicación e Información., 17 de mayo, http://www.minci.gov.ve/noticias-nacionales/1/13803/somos_capaces_de.html, (Recuperado el 13 de septiembre)
- Fuenzalida, Valerio (2006). Pluralismo informativo: El caso de la TV pública chilena. (Segundo trimestre). Comunicación 134, p. 54-59.
- Gaceta Oficial de Venezuela N° 38.681 (2007). Acta constitutiva Fundación Televisora Venezolana Social.
- Herrera, Bernardino (2004). *VTV: nueva dinámica de la TV del Estado, según un análisis morfológico de su programación* (Enero), Anuario Ininco 16. Vol 1. p. 17-48.
- Misión de Observación Electoral de la Unión Europea (2007). Informe final Elección presidencial 2006, http://www.eueomvenezuela.org/pdf/MOE_UE_Venezuela_2006_final_esp.pdf (Recuperado el 13 de septiembre)
- Noticiero Venevisión (2007). Presidente de la Organización Cisneros afirma que Venevisión seguirá estando con toda Venezuela, Noticiero Venevisión, 11 de julio, http://www.noticierovenevision.net/index_

not.asp?id_noticia=20070711003304&cid_seccion=04 (Recuperado el 13 de septiembre)

Pasquali, Antonio (1977) *Proyecto Ratelve: Diseño para una política del Estado venezolano*. Summa. Caracas.

Onde está o negro na TV pública brasileira?¹

Joel Zito Araújo²

Introdução

O rádio e o cinema tiveram um papel decisivo na organização dos relatos hegemônicos sobre a identidade nacional brasileira –e da maioria dos países latino-americanos– na primeira metade do século XX. A televisão ocupou progressivamente este lugar a partir de 1950.

Na reestruturação “modernizadora” do imaginário brasileiro, a produção televisiva contribuiu com um elogio permanente às características estéticas do segmento euro-descendente, reafirmando uma espécie de vitória simbólica da ideologia do branqueamento. Este construto, criado pelas elites do país no final da escravidão, norteou um universo ficcional com pretensa representação do real, marcado por personagens brancas, altas e magras, que nunca fez jus à maioria da população que circula pelas ruas das nossas metrópoles.

A estas considerações se somam outras, desenvolvidas no livro “A Negação do Brasil” (Araújo, 2000), que contém as conclusões de um

1 Este texto foi apresentado no Fórum Nacional de TVs Públicas em Brasília-DF, no dia 09 de maio de 2007. A pesquisa foi realizada por grupo de trabalho coordenado por Joel Zito Araújo e constituído por (no Rio de Janeiro): Flávia Santos de Oliveira, Luiza Botelho Almeida, Luis Carlos Alencar Filho, Márcio Alexandre M. Gualberto. Em Brasília: Rachel Quintiliano, Dalila Negreiros. Em São Paulo: Mídia e Etnia Ltda. O trabalho estatístico e os gráficos foram realizados por Luiz Marcelo Ferreira Carvano

2 Joel Zito Araújo é também autor e diretor do filme documental “A Negação do Brasil”, realizado em 2000.

estudo sobre a presença do negro na telenovela brasileira mostrando que atores e atrizes afro-brasileiras somente foram incorporados de forma regular na história da telenovela como representação de uma “natural” subalternidade racial e social, portanto, como estereótipos de si mesmos. A mais evidente negação de nossa diversidade racial pode ser observada na constatação de que atores afro-descendentes estiveram ausentes de um terço das telenovelas produzidas neste quase meio século de história do gênero, que desde 1963 se tornou o programa diário de maior sucesso da televisão brasileira. E nos outros dois terços, nunca ultrapassaram 10% do elenco escalado.

O mesmo estudo constatou que em nenhuma dessas obras se fez qualquer defesa da mestiçagem brasileira, e isto vale até mesmo para a adaptação da obra de Jorge Amado. O mulato foi sempre apresentado como feitor ou capitão do mato nas novelas escravocratas, ou como pequeno comerciante, delegado, subgerente e serviçal intermediário (mais interessado em subir na vida a qualquer preço, suportando a humilhação por sua origem “impura”), buscando evitar as referências a sua condição de mestiço e servindo às necessidades de controle do negro na sociedade. Portanto, simbolicamente, mesmo na representação de nossa miscigenação, persiste a idéia de superioridade do branco. E, assim, o espetáculo dos corpos miscigenados exibidos reiteradamente nas imagens carnavalescas do Rio de Janeiro transmitidas pela TV internacionalmente não encontra eco na telenovela, e tampouco foram representados ou celebrados como modelo racial ideal para o país.

Tendo este estudo como referência, realizamos uma pesquisa que procurou analisar dados concretos para compreender o universo específico da TV Pública brasileira, e elaborar proposições que permitissem enfrentar os desafios reais para a constituição de uma nova TV Pública, em termos de incorporação e representação da diversidade racial brasileira.

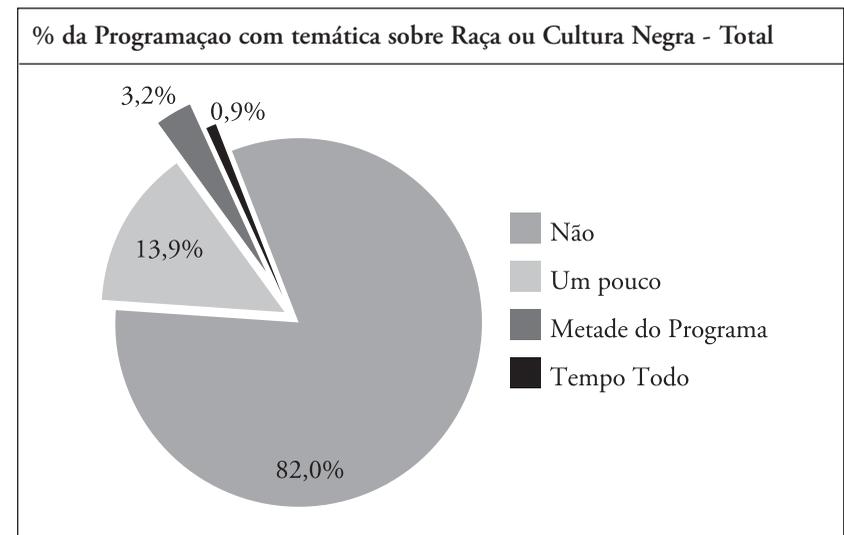
A opção metodológica que norteou o levantamento de dados foi gravar e decodificar uma semana de programação, acreditando-se obter com isto uma síntese do que é levado ao ar anualmente pelos canais de maior projeção na rede pública atual. Foi examinada a programação exibida entre 08 e 15 de abril de 2007, no horário compreendido entre

7:30 e 24 h, pelas TVs públicas brasileiras que atuam como cabeça de rede na distribuição nacional de programas educativos/públicos, com este critério selecionamos a TV Cultura (em suas imagens geradas para São Paulo-capital), TVE Brasil (em suas imagens geradas para o Rio de Janeiro-capital) e pela TV Nacional/sistema Radiobrás (em suas imagens geradas para Brasília-DF).

Os gráficos a seguir sintetizam os primeiros resultados apurados, com foco exclusivo sobre a programação não-ficcional.

O objetivo deste trabalho é, retomando os propósitos da pesquisa, contribuir para uma redefinição conceitual –e de conteúdos– da nova TV Pública que esta em processo de criação no Brasil prevista para ser lançada em dezembro de 2007, uma iniciativa do Governo do Presidente Luis Inácio Lula da Silva, que não repita antigos erros no que diz respeito à negação de multiracialidade e multiculturalidade, na caracterização de nosso país.

Diversidade étnico-cultural nos programas não-ficcionais exibidos pelas tvs públicas



A população negra e a cultura afro-descendente são sub-representadas na TV. A programação atual das TVs Públicas expressa um baixo perfil de reflexão sobre o pluralismo cultural brasileiro. Ela deixa especialmente de incorporar as matrizes étnico-raciais negra e indígena, vertentes que imprimiram, na fusão com a cultura européia, a originalidade da cultura brasileira e o grande patrimônio simbólico deste país.

Conceitualmente, em nosso processo de classificação buscar definir como programas que trataram da temática raça ou cultura negra aqueles que mencionaram direta ou indiretamente os elementos caracterizados como pertencentes à cultura negra brasileira ou estrangeira (religiosidade, comida, música, dança, folclore etc). Um bom exemplo de nossa flexibilidade neste processo de classificação foi um programa de entrevista com uma banda de rock brasileiro, que assistimos na TV Nacional de Brasília, que classificamos na categoria “um pouco”, no que diz respeito à abordagem da cultura negra, porque o líder euro-descendente do grupo citou apenas, em um programa de uma hora de duração, que produzia “um som” com muita influência do blues. Tais elementos foram suficientes para, positivamente, considerarmos que o programa de alguma forma citou a cultura negra, mesmo que diaspórica, e de passagem.

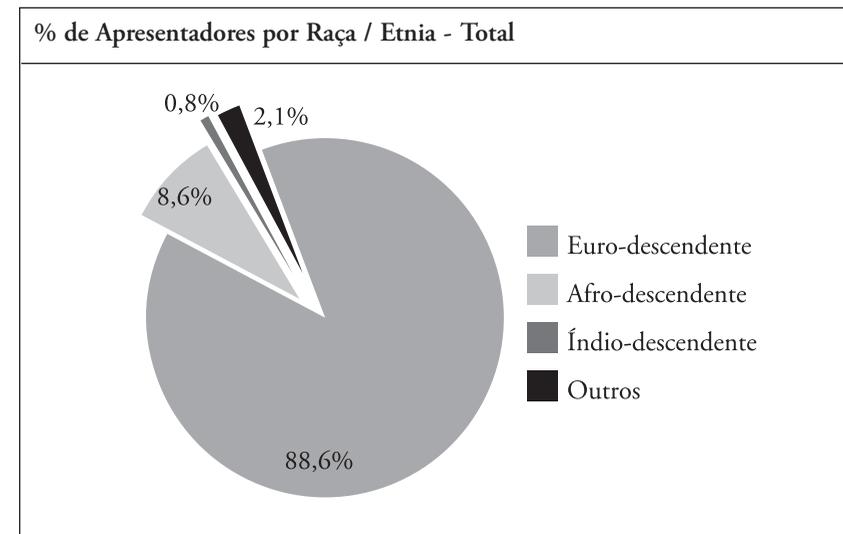
Devemos observar que:

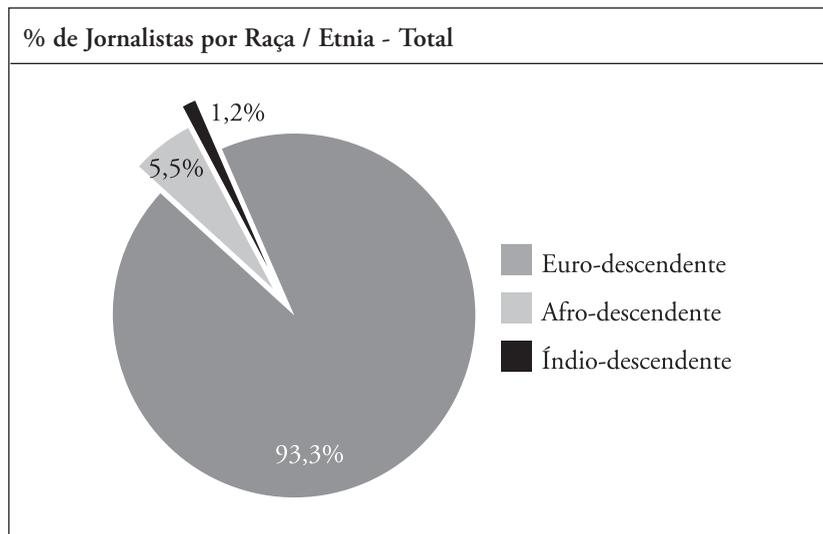
- No gráfico que totaliza a programação dos 03 canais em uma semana, a percentagem de 4,1% corresponde à somatória de programas que tiveram efetivamente como foco a cultura negra brasileira ou histórias pessoais e variadas de afro-descendentes. Em 13,9% da programação, foi identificada a categoria “um pouco”, ou seja, apenas referências rápidas sobre aspectos variados relativos a elementos de contribuição cultural de afro-brasileiros ou da afro-diáspora.
- Nos *talk-shows* 4/5 (quatro quintos) dos convidados foram pessoas euro-descendentes. Por exemplo, a TVE Brasil (que tem sua sede nacional no Rio de Janeiro, mas alimenta uma parte considerável da programação nacional da rede pública brasileira) apresentou 71 convidados euro-descendentes, 13 afro-descendentes e apenas 01 índio-descendente. Na TV Nacional foram 95 euro-descendentes

convidados, 10 afro-descendentes e nenhum índio-descendente. O mesmo padrão foi apresentado pela TV Cultura (que têm uma presença com similar importância à TVE Brasil na programação nacional das TVs Públicas brasileiras). Entretanto, mais grave foi perceber que em todos os canais foi impossível identificar qualquer apresentador do gênero *talk-show* que não fosse do segmento racial euro-descendente.

- Em 172 programas de variedades que foram exibidos durante a semana, somente 03 tiveram a cultura negra como tema principal, o que significa menos de 1% da programação semanal; em 3,2% de toda programação (9 programas exibidos) a temática afro-descendente ocupou a metade do programa; e em 22 programas (13,9%) constatamos apenas citações ocasionais.

Presença de apresentadores e jornalistas negros na programação não-ficcional





Apresentadores e jornalistas afro-descendentes são representados como minoria étnico-racial do país. Os gráficos aqui exibidos são contundentes na demonstração do lugar minoritário de afro-descendentes no corpo de apresentadores/as e jornalistas da atual rede pública de televisão.

Embora tenhamos constatado que afro-descendentes são escalados para os telejornais, não somente como parte do time de jornalistas, mas também no espaço de maior evidência, como apresentadores/as, o que se verifica é que as TVs Públicas não superam o universo das TVs privadas e repetem a ausência de apresentadores/as afro-descendentes nos *talk-shows* e programas de auditório, gêneros que, por seu conteúdo, permitiriam a incorporação de maior segmentação temática.

Entretanto, exibir, ao longo de uma semana de programação, euro-descendentes ocupando 86% do posto de apresentadores/as e 93,3% no posto de jornalistas, nos parece ser uma hiper-representação deste segmento racial quando os resultados da última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE), realizada em 2006, revelam que somente 49,7% dos brasileiros se declaram de cor branca. Este fenômeno é um reflexo da ausência de políticas públicas para assegurar o direito democrático de

todo segmento populacional ter seus semelhantes, com as mesmas características ético-raciais, fonte fundamental de auto-estima, ocupando postos relevantes e altamente valorizados nas redes de TV brasileiras.

Primeiras conclusões

Há uma intenção mais ou menos óbvia, ao apresentar esses primeiros resultados de nossa pesquisa, de ajudar a construir um novo conceito de representação racial em que afro-descendentes e índio-descendentes possam ser naturalmente e orgulhosamente incorporados/as nas representações da realidade brasileira.

Cabe ao poder público, neste momento histórico de redefinição e fortalecimento da TV brasileira –projeto realizado com recursos da população– enfatizar o peso do que sempre foi negado. Assim, estaremos estabelecendo um novo patamar, em que se apresenta a imagem equilibrada e justa de um país que deve orgulhar-se de ser o que é: um grande mosaico de raças e culturas. Espera-se que agentes sociais e atores culturais desses dois grupos étnico-raciais sejam regularmente incorporados na representação de brasileiros/as e não como estereótipos negativos.

O lugar minoritário de afro-descendentes constatado em nossa pesquisa, especialmente neste momento em que o presidente da República é assumidamente o mais legítimo e característico biotipo de homem do sertão nordestino brasileiro, incita uma indagação a respeito da televisão brasileira: deverá ser mantida esta idealização do país tendo como referência a realidade restrita dos segmentos mais favorecidos, majoritariamente composta pelo segmento branco? Não se estaria assim perpetuando a recusa em refletir a riqueza de nossa diversidade étnico-racial? (usamos este conceito não no sentido biológico, mas sócio-político).

Ao examinar os conteúdos veiculados na programação não-ficcional (e considerando que foram excluídos deste primeiro relato os programas infantis), em 01 semana de programação constatamos esta predominante cumplicidade temática com o universo das classes médias, em sua maioria

euro-descendentes, e a reiteração simbólica da ideologia do branqueamento. Os diferentes segmentos vivos e pulsantes da cultura popular das diferentes regiões do país, especialmente os que espelham maior influência do imaginário negro e indígena, quase não têm relevância e são retratados a partir de um olhar euro-descendente de classe média urbana, na maioria das vezes com origem no eixo Rio-São Paulo. Há, portanto, um choque entre a vida real de uma minoria que tem mais acesso aos produtos culturais versus a vida real das pessoas que continuam excluídas dos bens culturais de consumo.

É preciso que se faça, no Brasil, uma reflexão séria sobre essa disparidade entre a vida real e o que aparece na TV, e suas profundas consequências no processo de auto-estima dos segmentos afro e índio-descendentes da população.

Não se pode ignorar que, quando afro-descendentes vêm na TV uma representação subalterna e estereotipada do seu grupo racial, recebem a mensagem de que seu segmento racial e populacional é secundário para o país e para a sociedade, e está predestinado à subalternidade.

Devemos, portanto, refletir sobre o que deve ser feito para produzir mensagens opostas. Assim, no futuro, quando nossa juventude afro e índio-descendente passar a enxergar pessoas de todas as raças empregadas em diferentes ocupações, inclusive nas que são altamente valorizadas e respeitadas, a TV Pública estará contribuindo para quebrar os estereótipos negativos que perseguiram as gerações que lhes antecederam.

A título de ilustração sobre as reflexões e demandas existentes no segmento artístico afro-brasileiro que apontam proposições para o futuro das TVs Públicas brasileiras, resgatamos trechos do Manifesto apresentado por atrizes, atores e diretores negros no Festival de Cinema de Recife, no ano 2000 (apoiado e assinado por grande parte dos artistas euro-descendentes presentes ao evento):

Nós, artistas afro-brasileiros, reunidos aqui em Recife por iniciativa do 5º Festival de Cinema, vimos a público declarar que:
Este manifesto é uma atitude de denúncia. Expressamos o fim da nossa paciência com a persistência em nossa indústria audiovisual (TV, cinema e publicidade) da cota de segregação existente que não consegue oferecer

mais de 10% de trabalho para atores, atrizes, apresentadores e jornalistas negros em seus programas, filmes e peças publicitárias. A invisibilidade e a falta de reconhecimento dos atores negros demonstram por parte dos produtores uma completa ignorância do impacto negativo dos seus produtos nos processos de auto-estima da população negra e indígena do nosso país, em especial de nossas crianças. Expressamos, assim, o nosso descrédito com a capacidade das entidades associativas ou autorreguladoras de publicitários e produtores de TV de, espontaneamente, tomar iniciativas que ponham fim a injustiça histórica que nos condiciona a uma ínfima presença nas imagens produzidas sobre o Brasil. Este manifesto é também uma proposta de aliança ampla geral e irrestrita entre negros, índios, brancos e amarelos, na mudança do conceito estético excludente que prevalece em nossa produção audiovisual, que apresenta o branco como o único ideal de beleza para o nosso país, desprezando a riqueza de nossa multiracialidade. É, portanto, uma proposta de alianças com diretores, roteiristas, produtores de elenco e diretores de arte para a criação de uma nova estética para o Brasil, que valorize o colorido dos nossos tons de pele e da diversidade da arte inspirada nas manifestações de nossa pluralidade étnica, regional e religiosa.

Portanto, tomando todos estes elementos em consideração, levantamos alguns desafios fundamentais para a nova TV pública brasileira:

- Como a TV Pública pode ajudar a TV Brasileira a superar o padrão estético fundado na promoção da branquitude como representação natural do ser humano, criando assim um novo modelo baseado na diversidade étnico-racial?
- Como a TV Pública poderá dar um salto de qualidade, estabelecendo um compromisso efetivo em refletir nossa rica diversidade cultural étnico-racial?
- Que medidas devem ser desenhadas para assegurar a inclusão do segmento negro na produção de programas atendendo à proporcionalidade real entre euro-descendentes, afros e índio-descendentes do nosso país?

- Como incorporar esses novos atores culturais e políticos afro-descendentes nos processos de gestão de uma nova TV Pública?
- Como assegurar que as demandas dos agentes culturais ativos da comunidade negra sejam ouvidos e incorporados na programação, e que façam parte dos escolhidos para refletir e opinar sobre a realidade social e cultural do país?
- Como fazer com que a TV Pública seja organicamente ligada também às expressões culturais negra e indígena do país, e não somente com o universo das classes médias euro-descendentes?
- Como assegurar que o financiamento da TV Pública também atenda esta nova intencionalidade e compromisso em refletir nossa rica diversidade de expressões culturais dos diferentes segmentos étnico-raciais, assegurando fundos para programas voltados para a auto-estima e valorização das populações afro-descendentes e índio-descendentes?

Rio de Janeiro, Maio de 2007

Referencias bibliográficas

- Araújo, Joel Zito (2000). *A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira*. São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- _____. (2007). *O Negro na Telenovela Brasileira: Uma Síntese*. Em: Niyi Afolobi, Márcio Barbosa, & Esmeralda Ribeiro, editores. *The Afro-Brazilian mind: contemporary Afro-Brazilian literary and cultural criticism* / Pgs 257-270. Trenton, NJ. Africa World Press, Inc.
- _____. (2007). "Le noir dans les feuilletons télévisés". In: *Cinémas d'Amérique latine – Revue annuelle de l'Association Rencontres Cinémas d'Amérique Latine de Toulouse-(Arcal)*. - no. 15. pags 17-27.
- Bento, Maria Aparecida (1997). "Mulheres negras e branquitude". In *Revista Faça a coisa certa!* Encarte da Revista Teoria e Debate. n. 31, pp: 17-21. São Paulo.
- Borges pereira, João Batista (1967). *Cor, profissão e mobilização. O negro e o rádio de São Paulo*. Pioneira/EDUSP. São Paulo.
- _____. (1983). "A folclorização da cultura negra no Brasil". In: Eurípedes Simões de Paula, in *Memoriam*. FFLCH da USP, pp. 259-265. São Paulo.
- Brookshaw, David (1983). *Raça e cor na literatura brasileira*. Trad. Marta Kirst. Mercado Aberto. Porto Alegre.
- Couceiro de lima, Solange M.(1983). *O Negro na televisão de São Paulo: um estudo de relações raciais*. FFLCH-USP. Série Antropologia. São Paulo
- _____. (1996/1997). *Reflexos do "racismo à brasileira" na Mídia.S.P. Revista Usp*. Dez Jan,fev. no.32. São Paulo
- Debs, Sylvie (2002). *Cinéma et littérature au Brésil. Les mythes du sertão:émergence d'une identité nationale*. L'Harmattan. Paris
- Munanga, Kabenguele (1997). *Rediscutindo a mestiçagem no Brasil. Identidade nacional versus identidade negra*. Tese de Livre-Docência em Antropologia. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP.
- Nogueira, Oracy (1979). *Tanto preto quanto branco: estudos de relações raciais*. T. A . Queiroz. São Paulo

- Ortiz, Renato (1985). “*Cultura brasileira e identidade nacional*”. Brasiliense. São Paulo.
- _____ (1988). *A Moderna tradição brasileira: cultura brasileira e indústria cultural*. Brasiliense. São Paulo.
- _____ (1992). *Românticos e folcloristas. Cultura Popular*. Olho d’água. São Paulo.
- Ortiz, Renato, borelli, Sílvia Helena Simões e RAMOS, José Mário Ortiz (1989). *Telenovela: história e produção*. Editora Brasiliense. São Paulo.
- Piza, Edith (1998). *O Caminho das Águas: Estereótipos de Personagens Negras por Escritoras Brancas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo. Com-Arte.
- Rodrigues, João Carlos (2001). *O negro brasileiro e o cinema*. Pallas. Rio de Janeiro.
- Santos, Gislene Aparecida dos (2008). *A invenção do ser negro: um percurso das idéias que naturalizaram a inferioridade dos negros*. São Paulo: Educ / Fapesp; Rio de Janeiro: Pallas.
- Subervi-velez, Federico e oliveira, Omar (1991). *Negros (e outras etnias) em comerciais da televisão brasileira: uma investigação exploratória*. Revista Comunicação e Sociedade. Ano X, (agosto) n. 17. São Paulo.

Segunda parte:
**Comunicación
y Política**

Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación

Raúl Zibechi

La comunicación ha sido y sigue siendo la forma como los oprimidos coordinan y articulan sus comportamientos, ya sea para resistir a los opresores o para desafiar la dominación. El carácter de los movimientos sociales –movimientos institucionales o de sociedades en movimiento– determina el tipo de comunicación que establecen, pero la existencia de espacios de intercomunicación fuera del control de las elites (Scott, 2000), ha sido y sigue siendo una de las claves del nacimiento y la expansión de la actividad colectiva.

En los albores del movimiento obrero, los trabajadores aprendían los rudimentos de la lectura y la escritura, individualmente o en grupo, para poder formarse una opinión propia sobre la vida. El trabajador analfabeto acudía a “una taberna en la que se leyese en voz alta y se discutiese el editorial de Cobbett”, o bien “podía caminar millas para escuchar a un orador radical”; y en los momentos de grave agitación política los obreros “hacían que sus compañeros de trabajo les leyese en voz alta los periódicos” (Thompson, 1989: 314-315). Asistían, además, a escuelas dominicales o nocturnas donde intercambiaban conocimientos, a clubes en los que se compraban y leían periódicos, a sesiones de teatro popular y, por supuesto, a tabernas en las que debatían a viva voz.

En ese período los espacios de información de los trabajadores eran en general los mismos que los de su formación, y ambas estaban firmemente ancladas en la experiencia de la vida cotidiana. De modo que en la Inglaterra de comienzos del siglo XIX, el historiador del primer movimien-

to obrero podía afirmar que “la lucha por la libertad de prensa ejerció una influencia formativa central en el movimiento que se estaba configurando” (Thompson, 1989: 333). En esos espacios de socialización segregados y diferenciados, florecía y se reproducía una cultura plebea, o cultura obrera, que durante largo tiempo se mostró irreductible a la ambición de las clases dominantes por domesticarla (Jones, 1989).

Otros enfoques anclados en la sociología de los movimientos sociales, coinciden en atribuir a la comunicación un papel destacado tanto en el nacimiento como en la rápida difusión de los movimientos modernos. Con ellos, la información comenzó a circular horizontalmente en vez de “emanar autoritariamente desde las alturas” (Tarrow, 1997: 103), contribuyendo a crear vínculos en forma de redes no unificadas que hacen posible la acción colectiva. La expansión de la prensa popular y la difusión de la alfabetización, hicieron posible el nacimiento de la política popular, ya que “sin la capacidad de leer, los insurgentes en potencia habrían tenido dificultades para mantenerse al corriente de las acciones de otros con reivindicaciones similares, excepto por la transmisión verbal de las noticias” (Tarrow, 1997: 98).

Por otro lado, los grupos subordinados sólo pueden preparar su rebelión en espacios seguros fuera del control de los poderosos. Sin la existencia de esos espacios, sería impensable siquiera la resistencia organizada a la dominación. Se trata de espacios de socialización en los que los oprimidos ensayan los discursos y las actitudes que un día se atreverán a exteriorizar en el escenario público. Las luchas de los oprimidos requieren, entonces, “una coordinación y comunicación tácita o explícita dentro del grupo subordinado”, que sólo se consigue a través de la creación de “espacios sociales que el control y la vigilancia de sus superiores no puedan penetrar” (Scott, 2000: 147).

En esos espacios donde la información circula horizontalmente, se forman los futuros combatientes sociales, se tejen redes de relaciones cara a cara en base a la fraternidad y la confianza mutua; en una palabra, se transmite la cultura popular o la del grupo subordinado. Las elites sienten que esos espacios son un peligro permanente para la estabilidad del régimen de dominación. En base a varios trabajos acerca de la cultura obrera en la Inglaterra del siglo XIX, Scott afirma que “más de un estudioso de la clase

obrero moderna ha indicado que muchos de los circuitos de la cultura popular fueron destruidos deliberadamente a fines del siglo XIX con siniestras consecuencias en el proyecto de disciplinar y domesticar culturalmente al proletariado” (Scott, 2000: 156).

Así como la clase empresarial comprendió que debía cerrar los “poros” de la sociabilidad obrera dentro de la fábrica, para asegurar un mayor control de la fuerza de trabajo que redundara en un aumento de la productividad, dando vida al taylorismo y al fordismo, también parece haber comprendido la necesidad de controlar los espacios de los subordinados allí donde desarrollan su vida cotidiana. Acceder a esos espacios y desmantelarlos, supone impedir que los de abajo puedan coordinar sus comportamientos en un sentido de resistencia e insubordinación.

Sociedades en movimiento

Buena parte de la movilización social desplegada por las sociedades latinoamericanas en las dos últimas décadas, supone un desafío a las teorías establecidas sobre los movimientos sociales ya que se gestó y desplegó por fuera de los movimientos institucionalizados. El concepto mismo de “movimiento social” parece poco ajustado a la hora de comprender lo que las sociedades vienen produciendo desde “El Caracazo” de 1989. El carácter de la movilización social en curso está provocando una verdadera revolución teórica, que en la última década se plasmó en la centralidad adquirida por expresiones como autodeterminación, autonomía, autogobierno y territorio, entre otras (Díaz-Polanco, 1997).

El concepto “tradicional” de movimiento social parece un obstáculo para afinar la comprensión de los actuales movimientos y, en consecuencia, el papel de la comunicación. En efecto, la mayor parte de los estudiosos suelen coincidir en destacar tres aspectos: las oportunidades políticas, las formas de organización y los procesos colectivos de interpretación (McAdam, McCarthy y Zald, 1999). En suma, se suele enfatizar en los aspectos formales, desde las formas organizativas hasta los ciclos de movilización, desde la identidad hasta los marcos culturales. Y así se los suele clasificar según los objetivos que persiguen, la pertenencia estructural de

sus integrantes, las características de la movilización, el momento y los motivos por los cuales irrumpen. Aunque existe una abundante producción académica, hay muy poco trabajo sobre el terreno latinoamericano sobre bases propias y, por lo tanto, diferentes.

Uno de los más completos y abarcativos análisis sobre los movimientos sociales bolivianos, coordinado por Álvaro García Linera, considera que los movimientos tienen, todos ellos, más allá de tiempos y lugares, tres componentes: una estructura de movilización o sistema de toma de decisiones, una identidad colectiva o registros culturales, y repertorios de movilización o métodos de lucha (García Linera, 2004). Sin embargo, con ese marco analítico apenas se pueden abordar algunos pocos movimientos o bien apenas la parte más estructurada de ellos: los movimientos institucionalizados, los que tienen una estructura visible y separada de la cotidianidad, los que eligen dirigentes y se dotan de un programa definido y en función de sus objetivos establecen formas de acción, son los que suelen ser analizados por los especialistas.

Pero los movimientos más importantes de América Latina movilizan un conjunto de relaciones sociales, a menudo territorializadas, que coexisten con las relaciones hegemónicas. Para describirlos algunos analistas acuñaron el concepto de “movimiento societal”, como forma de dar cuenta del “movimiento de una parte de la sociedad en el seno de la otra” (Tapia, 2002: 61). Este análisis parte de la realidad de la existencia de “varias sociedades” en la sociedad, o sea, por lo menos de dos conjuntos de relaciones sociales mínimamente articuladas. En otros trabajos he defendido una propuesta similar al concebir este tipo de movimientos sociales como “sociedades en movimiento” (Zibechi, 2003).

El aspecto central de este debate, es si efectivamente existe un sistema de relaciones sociales que se expresan o condensan en un territorio. Eso supone ingresar al análisis de los movimientos desde otro lugar: no ya las formas de organización y los repertorios de la movilización sino las relaciones sociales y los territorios, o sea los flujos y las circulaciones y no las estructuras. En este tipo de análisis aparecerán nuevos conceptos como autonomía, autorganización y comunidad, entre los más destacados.

Los movimientos latinoamericanos más importantes, como los indígenas, los sin tierra y crecientemente los urbanos, pertenecen a esta cate-

ría de movimientos territorializados. Pero los territorios están vinculados a sujetos que los instituyen, los marcan, los señalan sobre la base de las relaciones sociales que portan (Porto, 2001). Postulo que en la medida que los sujetos encarnan relaciones sociales diferentes, contradictorias con la sociedad hegemónica, es que tienen la necesidad de crear nuevas territorialidades.

Priorizar el movimiento por sobre la estructura, o sea el deslizamiento del lugar heredado o construido anteriormente, implica una mirada diferente de la comunicación. Dicho de otro modo, si “el movimiento social es, rigurosamente, cambio de lugar social” (Porto, 2001: 197-198), eso supone que, en algún momento, los que se desplazan lo hacen acoplando sus comportamientos, única forma en que pueden hacerlo conjuntamente sin reproducir el lugar del que se deslizan. O sea, sin reconstruir la relación sujeto-objeto.

En efecto, las concepciones dominantes sobre la comunicación, las que se han popularizado a través de los medios de comunicación de masas, abrevan en la separación entre sujeto (emisor de información) y objeto (receptor de información). Maturana y Varela la denominan como “metáfora del tubo”, ya que concibe la comunicación como “algo que se genera en un punto, se lleva por un conducto (o tubo) y se entrega al otro extremo receptor” (Maturana y Varela, 1996: 169). Por el contrario, defienden una concepción de la comunicación en la que no funciona la relación sujeto-objeto, o sea activo-pasivo, sino una pluralidad de sujetos siempre activos o, mejor, interactivos. En la comunicación, apuntan, no hay información transmitida sino coordinación de conductas:

Cada persona dice lo que dice u oye lo que oye según su propia determinación estructural. Desde la perspectiva de un observador siempre hay ambigüedad en una interacción comunicativa. El fenómeno de comunicación no depende de lo que se entrega, sino de lo que pasa con el que recibe. Y esto es un asunto muy distinto a “transmitir información”. (Maturana y Varela, 1996: 169).

Esta forma de intercomunicación que se basa en el acoplamiento o coordinación de conductas, es lo que permite explicar fenómenos sociales de

envergadura como “El Caracazo” (1989), “El Argentinazo” (2001) o la mo-vilización popular que revirtió el golpe de Estado en Venezuela (2002), por mencionar algunos hechos destacados de las últimas décadas en nuestro continente. En esos casos no hubo un “sujeto” convocante ni una “masa” popular convocada, como suele suceder con las clásicas convocatorias de los movimientos institucionalizados como los sindicales. Existió una multiplicidad de autoconvocatorias simultáneas a través de canales de comunicación no institucionalizados sino informales, horizontales y circulares (Zibechi, 2003).

En la cotidianeidad de los movimientos sociales de nuestra región, sucede algo similar aunque a escalas menores. Podemos preguntarnos las razones por las cuales ciertas “convocatorias” son seguidas masivamente en algunas ocasiones, mientras en otras la misma convocatoria apenas es respaldada por un puñado de activistas. En las grandes movilizaciones realizadas por nuestros movimientos, aún en aquellos casos en los que ha mediado alguna convocatoria, sólo se multiplica si existe alguna forma de acoplamiento o coordinación de conductas, ese contagio afectivo que apasiona y lleva a la gente a ganar la calle por cientos de miles. Algo así sucedió con la Marcha Nacional por la Reforma Agraria convocada por el Movimiento Sin Tierra en Brasil (1997), y con la Marcha del Color de la Tierra convocada por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional en México (2001).

Planes sociales para neutralizar la comunicación popular

En los últimos años se vienen perfeccionando los proyectos estatales para neutralizar los espacios autónomos de los sectores populares bajo la forma de planes para combatir la pobreza. Estos proyectos ideados por organismos internacionales como el Banco Mundial, con el objetivo inicial de paliar los efectos sociales del modelo neoliberal, han sido retomados por los gobiernos latinoamericanos –muy en particular por los gobiernos llamados “progresistas” y de “izquierda”– que los han extendido y profundizado.

Algunos de estos planes sociales, como el Proyecto de Desarrollo de los Pueblos Indígenas y Negros de Ecuador (Prodepine) han conseguido sub-

ordinar a sectores importantes de los movimientos (Bretón, 2001); otros como el Plan de Emergencia de Uruguay lograron penetrar en profundidad en los territorios de la pobreza urbana (Zibechi, 2007). Estos planes, que en el caso de Brasil abarcan hasta el 25% de la población del país y por lo tanto no pueden ser considerados como parte de las políticas focalizadas, son una de las vigas maestras más potentes sobre las que se apoyan las nuevas gobernabilidades.

Entiendo por “nuevas gobernabilidades” el punto de intersección entre los movimientos y los estados, a partir del cual han ido naciendo las nuevas formas de dirigir estados y poblaciones. Más que punto o puntos de encuentro, quiero dar la idea de algo móvil y en construcción y reconstrucción permanentes. O sea, que las nuevas gobernabilidades no son ni una construcción unilateral ni un lugar fijo, sino una construcción colectiva y en movimiento, que se asienta en nuevas técnicas de control que buscan enfrentar el desafío que presentan a las elites las sociedades en movimiento (Zibechi, 2007).

En el lugar de los modos de control disciplinarios aparecen formas denominadas “biopolíticas” que se apoyan en los fenómenos existentes, no intentan impedirlos, sino, al contrario, “ponen en juego otros elementos de lo real, a fin de que el fenómeno, en cierto modo, se anulara a sí mismo” (Foucault, 2007: 79). En vez de reprimir y prohibir, se trata de regular la realidad haciendo que unos elementos actúen sobre los otros, anulándolos. Este tipo de control es tanto más necesario cuando los oprimidos desbordan las formas disciplinarias, cuando lo que se mueve no son ya sectores sociales sino porciones enteras de sociedades, que no son ni controlables ni eliminables por la represión. ¿Cómo imponerle leyes imperativas, negativas, a esas sociedades otras, capaces de desbaratar y neutralizar golpes de Estado, estados de excepción y las formas tradicionales de represión? La única forma sería a través del genocidio, el etnocidio; cuestión que no siempre es practicable y que requiere una relación de fuerzas muy favorable para las elites.

De lo que se trata, entonces, es de generar la capacidad de gobernar grandes poblaciones, para lo que deben aplicarse formas de control a distancia, más sutiles, formas de acción menos transparentes que las del soberano para dar paso a una acción “calculadora, meditada, analítica, calculada” (Foucault, 2007: 95). Para conseguirlo, las clases dominantes

deben actuar en relación de inmanencia respecto de los movimientos que intentan controlar o, mejor, reconducirlos hacia modos que beneficien a los grupos dominantes. Si para el soberano se trataba de evitar que sus súbditos se movilizaran, ya que el hecho mismo de hacerlo ponía en cuestión su condición, ahora el arte de gobernar incluye, como una más de sus técnicas, la movilización social callejera. A la movilización no se apela, como antaño, para apoyar a gobiernos populares jaqueados por las oligarquías –como sucedió en múltiples ocasiones a lo largo del siglo XX– sino para impulsar “causas justas”, como los derechos humanos en Argentina o contra la violencia doméstica en Uruguay¹.

Estas son, entre otras, algunas de las diferencias entre las viejas y las nuevas gobernabilidades que más confunden a los activistas sociales, ya que introducen dosis de ambigüedad que persiguen esa deseada anulación de los fenómenos por los fenómenos mismos. ¿Quién mejor para actuar en relación de interioridad respecto a los oprimidos, que los gobiernos surgidos de las entrañas de los movimientos de los de abajo, ya que están en mejores condiciones para aplicar tácticas complejas que representan un verdadero arte de gobernar? ¿Quién mejor para aplicar estas tácticas que un tipo de personal forjado en la militancia, con experiencia en la relación con los movimientos de los oprimidos?

Los “nuevos” gobiernos que dirigen Luiz Inacio Lula da Silva, Néstor Kirchner y Tabaré Vázquez, por poner los ejemplos más obvios pero no los únicos, son hijos del arte de gobernar. Nuevos, porque ya no estamos ante los estados benefactores o ante los estados neoliberales prescindibles, sino ante algo inédito, que sobre la base de la fragilidad heredada del modelo neoliberal busca desarrollar nuevas artes para mantenerlos en pie, dotarlos de mayor legitimidad y asegurar así su supervivencia siempre amenazada. Uno de los ejes en torno a los que gira este arte de gobernar, se relaciona con el trabajo destinado a ir “desarrollando el Estado en el seno de esa práctica consciente de los hombres” (Foucault, 2006: 290).

Interferir en las formas de intercomunicación popular forma parte de esta estrategia destinada a fortalecer la gobernabilidad. En el área andina,

1 El municipio de Montevideo, gobernado por la izquierda, convocó a fines de 2006 una movilización social contra la violencia doméstica encabezada por los altos funcionarios municipales.

una de las más estudiadas y donde la penetración de la “cooperación al desarrollo” ha sido más intensa, se ha constatado a raíz del ingreso de ONG que promueven la creación de Organizaciones de Segundo Grado, “la sustitución simultánea de una dirigencia muy militante, combativa e identificada con un perfil político reivindicativo”, por otra “de carácter mucho más tecnocrático” (Bretón, 2001: 247). La cuestión no es menor si consideramos que la coordinación de conductas que es una de las claves de la intercomunicación, en las comunidades andinas se referencia en el papel destacado de los dirigentes como nodos claves del proceso de comunicación interna. Gracias a la intervención de la cooperación internacional aparecen “cacicazgos de nuevo cuño” que sustituyen a las anteriores dirigencias:

Los dirigentes, supuestos depositarios de la representatividad de las bases según sus panegiristas, son los nuevos administradores que tienen la potestad de distribuir –o de incidir en la distribución– las regalías que emanan de las agencias de desarrollo en forma de recursos o proyectos (...). En el momento actual, y a diferencia de coyunturas pretéritas, quienes tienen más posibilidades de acceder a ese nuevo estatus son aquellos más capacitados en interlocutar con los agentes externos, descansando en buena manera el prestigio de los dirigentes en su destreza para atraer recursos externos para las organizaciones de base (Bretón, 2001: 248).

Resulta evidente, como señala Bretón, que esta nueva camada de dirigentes nacidos al abrigo de la cooperación, en algún momento entra en colisión con las autoridades tradicionales de las comunidades. No se trata de que los recursos externos sean negativos en sí mismos. No se trata de rechazar el que existan personas y organizaciones especializadas en captar y gestionar esos recursos que pueden ser de utilidad para los movimientos. El punto en cuestión es que con el pretexto del “fortalecimiento organizativo” esas personas, externas o parte de los movimientos, se han terminado por superponer al funcionamiento habitual de las comunidades y de los movimientos. Y, finalmente, una camada de funcionarios, externos o parte de los movimientos, se han impuesto por encima de los dirigentes legítimos.

En segundo lugar, en la medida que las organizaciones sociales comienzan a pivotar “hacia fuera” en su necesidad de captar recursos y proyectos, se desvanecen sus relaciones al interior del mundo popular como sustento de la intercomunicación. Aparecen, así, medios de comunicación que siendo externos a los movimientos se presentan como parte de ellos. En este aspecto, señalo lo mismo que respecto a los recursos materiales: es necesario y positivo que existan medios que apoyen a los movimientos, pero es negativo que algunos pretendan erigirse en sus portavoces, sustituyendo el largo, lento e interno proceso de coordinación de posiciones por los que todo movimiento debe atravesar en función de tiempos propios y no sujetos a agendas externas.

Comunicación para la autonomía

Este largo rodeo pretendía centrar el debate sobre la comunicación en el contexto latinoamericano actual. La comunicación no puede ser un mundo aparte: está implicada en las coyunturas que atraviesan nuestros pueblos y depende en gran medida de las políticas de los estados nacionales, que en este período se han propuesto cooptar los movimientos y las sociedades en movimiento, desplegando estrategias que pretenden poner en práctica lo que he denominado como el “arte de gobernar los movimientos”. La construcción conjunta, anudando estado y movimientos a través de una práctica estable y permanente, ha permitido construir conjuntamente nuevas realidades que denominamos gobiernos progresistas y de izquierda.

Salvaguardar la autonomía de los movimientos es una condición para que pueda existir y expandirse una comunicación autónoma, por canales y espacios propios no subordinados a los estados, por más cercanos que sean a los movimientos. Lo realmente novedoso es que la cooptación se está procesando ahora ya no de modo individual sino apelando a los mismos instrumentos que los sectores populares emplean para cuestionar la dominación, a través del “fortalecimiento” de las organizaciones sociales.

Por eso los medios de comunicación de muchos movimientos se empeñan en mantener una agenda propia y no sumarse a la de las elites. Sin

embargo, en este período no resulta sencillo discriminar la agenda de arriba de la de abajo, sobre todo cuando la primera aparece revestida de movilizaciones de masas. Más aún, a primera vista puede resultar complicado diferenciar entre movimientos y movilizaciones, como sucedió recientemente en México a raíz de las grandes manifestaciones contra el fraude electoral contra el candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Andrés Manuel López Obrador. Las diferentes interpretaciones sobre este proceso llevaron a un virulento enfrentamiento entre la izquierda política aglutinada en torno al PRD y el zapatismo. La diferencia y contradicción entre estas dos izquierdas es una realidad en buena parte de los países latinoamericanos, y está llamada a tener una fuerte impronta en la comunicación popular.

Por último, parece necesario reflexionar sobre la relación entre unidad y multiplicidad en el campo de la comunicación popular. Me parece necesario dar prioridad a la diversidad, heterogeneidad y variedad de expresiones comunicativas descentralizadas que a menudo suelen ser sacrificadas en el altar de la masividad. No puede existir un medio de comunicar que desplace a otros, todas las formas son necesarias (oral, escrita y audiovisual; formal e informal; de base, local y nacional e internacional) y todas pueden potenciarse mutuamente. En la realidad de la intercomunicación de los de abajo, coexisten multiplicidad de modos y medios de comunicar. Por el contrario, el mercado capitalista ha monopolizado y jerarquizado los medios, ha convertido la multiplicidad en unidad y la heterogeneidad en homogeneidad.

La unidad es uno de los modos que puede adoptar la política de las elites en el mundo de los de abajo. Aún tienen fuerza las ideas que sostienen que la unidad del campo popular puede ser útil para potenciarlo. Pero en la historia, los de abajo no han necesitado estructuras unitarias—que siempre son centralizadas—para rebelarse. La unidad la consiguen de otra manera: en los hechos insurreccionales, en los modos de rebelarse, en el poner en común las horizontalidades. Las grandes rebeliones nunca provinieron de aparatos o estructuras que suelen tener intereses propios que no están dispuestos a poner en riesgo.

Va ganando terreno la idea de que la unidad puede ser una imposición, una forma de frenar los movimientos de abajo. Según el sociólogo brasile-

ño Francisco de Oliveira, “sostener la falsa unidad encima de todo, solamente sirve para dejar los flancos abiertos a las fuerzas contrarias a la transformación social. Así, en ciertas coyunturas, la consigna puede ser “dividir para luchar mejor” (De Oliveira, 2006). En suma, el objetivo de la política plebeya no suele girar en torno a la unidad. En las culturas del abajo la unidad no es moneda corriente, como sí lo es en las políticas que tienen por objetivo la toma del poder estatal. Ellas desarrollan estado en el abajo, que siempre es una buena forma de ganar visibilidad, permanencia y, casi siempre, se convierte en un buen gancho para la cooptación. Hoy, una de las tareas más importantes es seguir potenciando las diversas formas de hacer política de los de abajo, sus espacios, sus tiempos, sus modos de hacer. Para ello, la unidad es una de las principales barreras. Por el contrario, lo que se denomina “fragmentación”, que suele ser una apreciación afincada en una mirada desde arriba, puede ser una forma de evitar la cooptación que, como hemos visto, es uno de los objetivos trazados por las elites.

Comunicación en movimiento

La existencia de medios masivos de carácter nacional sustentados en tecnologías de punta, no debería ser excusa para desplazar, pongamos como ejemplo, la pequeña radio comunitaria en un remoto municipio. En pocos países como en Bolivia los medios populares han jugado un papel tan destacado en relación con los movimientos sociales. La insurrección de El Alto, en octubre de 2003, mostró la existencia de una amplísima variedad de medios: desde Internet y emisoras de televisión como el sistema de Radio Televisión Popular, hasta la impresionante Cadena Erbol (Educación Radiofónica de Bolivia) que llega a todo el país y enlaza desde las capitales departamentales hasta las comunidades rurales. En la historia de Bolivia las radios han jugado un papel destacado en la organización del movimiento social. En ellas se involucran comunidades enteras, a través de “reporteros populares” y periodistas comunitarios pero también mediante la participación directa de la población.

Durante las semanas en que se preparaban las grandes acciones insurreccionales, las comunidades aymaras rurales y urbanas se apropiaron de

las radios y las usaron como medio para intercambiar mensajes entre los comuneros que vivían en El Alto y los que permanecieron en las áreas rurales. Más que mensajes, transmitían estados de ánimo, emociones, vivencias que de ese modo se reproducían en sitios muy alejados. Las radios bolivianas jugaron un papel decisivo en la coordinación de conductas que fermentó una de las más profundas rebeliones en la historia aymara (Zibechi, 2006: 94-99).

Junto a estos medios de comunicación formales se hicieron visibles una multiplicidad de modos de intercomunicación entre los de abajo. A la hora de convocar asambleas o de alertar sobre la represión, sonaban silbatos y pitos, se daban golpes a los postes de luz, se hacían reventar petardos y se izaban whiplas (Mamani, 2004). La población acudía entonces a plazas o iglesias, según el carácter de la situación, que eran los espacios en los que se tomaban decisiones colectivas.

Ya se tratara de los medios formales o los informales, la población se comunicaba a través de los mismos medios que está acostumbrada a utilizar en sus barrios o lugares de trabajo. Ninguno de esos medios está separado de la vida cotidiana; unos no desplazan a los otros, ni se registró un proceso de centralización en los medios más potentes o de mayor alcance. Por el contrario, predominó la complementariedad, uno de los rasgos más destacados de la cultura andina. En los barrios, por poner un ejemplo, los silbatos y los golpes en los postes son la forma habitual como la población se intercomunica la presencia de ladrones y violadores. En esos casos, es muy común que vecinas y vecinos se reúnan inmediatamente en la calle o en alguna plaza para vigilar el barrio. Las radios populares, otro ejemplo, comenzaron a emitir en cadena los días de la insurrección, y de esa forma contribuyeron a movilizar a la población a la hora de atender heridos y de resistir los embates de las fuerzas armadas. El auditorio de Radio San Gabriel, en El Alto, fue escenario de una prolongada huelga de hambre de autoridades aymaras y fue uno de los principales nodos de intercomunicación de la población. Pero ese mismo auditorio ha sido escenario en las últimas décadas de cientos de actividades y es por tanto un espacio conocido y valorado por la mayor parte de la población alteña.

Pienso que la multiplicidad de medios existentes en la sociedad en movimiento de un país como Bolivia, contribuyó de modo notable a

potenciarla. Algunos medios como los informales han nacido y crecido en la “sociedad otra”, india y popular. Otros, como la televisión y la radio, han sido adoptados por esta sociedad diferente y los ha puesto a su servicio. En la vida cotidiana fortalecen su cultura, su visión del mundo, sus formas de vida. A ellos acuden cuando quieren escuchar “su” música o cuando sucede algún hecho extraordinario. En ciertos momentos, los mismos medios sirvieron para defender el mundo otro, para la resistencia o la insurrección. En ambos casos comunican: contribuyen al acoplamiento o coordinación de comportamientos en la “sociedad otra” en movimiento.

Me parece importante destacar que la “sociedad otra” cuenta, desde hace ya cierto tiempo, con sus propios medios de comunicación y que ha dejado de utilizar los de la sociedad dominante. En el mundo andino esto viene sucediendo desde hace unos 20 años². Entre los movimientos campesinos como los Sin Tierra de Brasil, la utilización de medios propios es una tendencia creciente, ya que no pueden confiar en los medios de las clases dominantes ni en los partidos políticos. En las periferias urbanas de muchas ciudades proliferan también medios de los sectores populares, sobre todo radios comunitarias y periódicos barriales, pero también se han ido estableciendo, en el imaginario popular, espacios de encuentro como plazas o centros sociales.

Por último, quisiera señalar que la Otra Campaña ha sido hasta ahora la propuesta más explícita para crear otras formas de hacer política, por fuera de las instituciones. Uno de los ejes de la propuesta zapatista consiste precisamente en crear espacios de inter-comunicación entre los de abajo. Hasta ahora, esos espacios tuvieron un desarrollo importante en las regiones indígenas de Chiapas, pero nunca se había registrado el desafío de intentar crearlos en las grandes ciudades. El éxito de esta campaña puede ser un aliento para los sectores populares urbanos que hasta ahora han tenido enormes dificultades para poner en pie formas diferentes de vida y, por lo tanto, modos distintos a los hegemónicos de hacer política.

2 En Bolivia, la radiodifusión aymara nació en la década de los cincuenta. Radio San Gabriel nació en 1955. Erbol fue creada en 1967. Desde 1982, con el retorno de la democracia, las radios populares registran un fuerte crecimiento.

Referencias bibliográficas

- Bretón, Víctor (2001). *Cooperación al desarrollo y demandas étnicas en los Andes ecuatorianos*. Flacso. Quito.
- De Oliveira, Francisco (2006). *Voto condicional em Luiz Inácio*. Diário Folha de Sao Paulo, 30 de octubre.
- Díaz-Polanco, Héctor (1997). *La rebelión zapatista y la autonomía*. Siglo XXI. México.
- Foucault, Michel (2006). *Seguridad, territorio, población*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- García Linera, Álvaro (2004). *Sociología de los movimientos sociales en Bolivia*. Diakonía/Oxfam. La Paz.
- Jones, Gareth Stedman (1989). *Lenguajes de clase*. Siglo XXI. Madrid
- Mamani, Pablo (2004). *Microgobiernos barriales*. Cades-Idis-Umsa. El Alto.
- Maturana, Humberto y Francisco Varela (1996). *El árbol del conocimiento*. Debate. Madrid.
- McAdam, Doug, John McCarthy y Mayer Zald (1999). *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*. Istmo. Madrid.
- Porto Gonçalves, Carlos Walter (2001). *Geo-grafías. Movimientos sociales, nuevas territorialidades y sustentabilidad*. Siglo XXI. México.
- Scott, James (2000). *Los dominados y el arte de la resistencia*. ERA. México.
- Tapia, Luis (2002). “Movimientos sociales, movimiento societal y los no lugares de la política”. En: Raquel Gutiérrez, Álvaro García, Raúl Prada y Luis Tapia; *Democratizaciones plebeyas*. Muela del Diablo. La Paz.
- Tarrow, Sidney (1997). *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Alianza. Madrid.
- Thompson, E. P. (1989). *La formación de la clase obrera en Inglaterra*. Tomo II. Crítica. Barcelona.
- Zibechi, Raúl (2003). *Genealogía de la revuelta. Argentina: una sociedad en movimiento*. Letra Libre. La Plata.
- _____ (2006). *Dispersar el poder. Los movimientos como poderes antiestatales*. Tinta Limón. Buenos Aires.
- _____ (2007). *Autonomías y emancipaciones. América Latina en movimiento*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima.

¿Qué es una prensa pública?

Emir Sader¹

Hay una frase de un periodista brasileño, muy actual, porque las campañas electorales en América Latina son cada vez más parecidas. No es que los candidatos sean iguales, pero la postura de la prensa monta un esquema absolutamente similar, entonces un periodista brasileño, después de la derrota de la derecha brasileña, dijo: “el pueblo votó contra la opinión pública”.

Es un ejemplo de la fabricación de la opinión pública, que se reproduce en varias partes con candidatos distintos. No voy a mencionar el papel que tiene la prensa privada, monopólica, frecuentemente familiar, como el partido hegemónico de la derecha latinoamericana; basta con decir que cuando se plantea el tema de si Ecuador es democrático, si Uruguay es democrático, si Bolivia es democrática, el tema que surge es si hay prensa libre, y prensa libre pasó a ser igual a prensa privada, literalmente.

En este sentido, hay una victoria ideológica del liberalismo que hace esa identificación, al igual que cuando se plantea si Bolivia es democrática, significa si el sistema político es democrático, no si el país es democrático, no si Brasil es una democracia. Brasil es la peor dictadura social del mundo, tiene la peor concentración de renta del mundo, sin embargo, como sistema político obedece a las normas tradicionales del liberalismo: se considera que Brasil es democrático.

1 Emir Sader, sociólogo brasileño, secretario ejecutivo del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (Clacso).

Trampa del neoliberalismo

Creo que el tema nuestro es desarticular el campo teórico que impuso el liberalismo para el debate y retomar ese campo en función de las categorías democráticas pos-neoliberales.

En el campo teórico, el neoliberalismo plantea alrededor de la polarización entre lo estatal y lo privado, que dominó las últimas décadas el debate. Y como el que parte y reparte se queda con la mejor parte, se quedaron con lo privado, que se volvió una canasta general donde están múltiples y distintas cosas, frecuentemente contradictorias entre sí.

A través de esa constitución del campo teórico, el neoliberalismo primero se apropia de una categoría muy importante, sobre todo en las últimas tres décadas, la de lo privado, porque en la esfera privada están los derechos individuales, están los temas de género y varios otros temas importantes. Se trata de una operación, una trampa teórica, porque cuando se privatiza una empresa no se está entregando en manos de los individuos las acciones de la empresa, se las está sacando al mercado, para que compre el que tiene más capital. Es entonces una apropiación indebida de una categoría que no la podíamos regalar a ellos, pero que quedó con el cliché de lo que es privatización y eso es grave porque crea confusión entre privatización, sociedad civil, esfera individual. Es como si la democratización fuera la reapropiación por la sociedad civil de lo que el Estado le había arrebatado indebidamente, identificando democratización con desestatización, con privatización.

Mercantilización

Sin embargo, la categoría central del neoliberalismo no es la esfera privada, es la esfera mercantil. Si uno analiza el capitalismo en la era neoliberal, es el capitalismo de mayor expansión de las relaciones mercantiles en el mundo. Lo que uno no imaginaba que era mercancía se ha vuelto mercancía (educación, salud, etc.). Cuando dictábamos clases de economía decíamos que hay valor de uso y valor de cambio, que hay cosas que tienen valor de uso sin tener valor de cambio, pero ahora todo tiene valor de

cambio: hasta el agua lo tiene e incluso el aire porque se valoran más las casas en las zonas menos contaminadas de las ciudades.

Las relaciones mercantiles llegan a China, que era un país que se resistió a la influencia mercantil occidental durante siglos, llega a las periferias más pobres de nuestras sociedades.

La esfera del neoliberalismo es la esfera mercantil y nuestra esfera no es la estatal. El Estado puede ser perfectamente mercantilizado, financiado, como suele ser el caso de los Estados en una era neoliberal.

Esfera pública Vs. esfera mercantil

La esfera democrática es la esfera pública, la esfera de universalización de derechos. El Estado es un espacio de disputa entre la esfera pública y la esfera mercantil. Pierre Bourdieu decía que siempre hay dos brazos dentro del Estado: uno, en general minoritario, que defiende intereses públicos y otro, que suele ser mayoritario, que defiende los intereses mercantiles. Entonces, esa es la disputa esencial: la que se da entre la esfera pública y la esfera mercantil.

Democratizar es desmercantilizar, sacar de la esfera mercantil y llevar a la esfera de la solidaridad, de la complementariedad, del intercambio, a la esfera pública. De ahí la importancia de la Alternativa Bolivariana para las Américas (ALBA), donde se realiza lo que el Foro Social Mundial siempre planteó como un comercio justo, un comercio de intercambios solidarios, fuera de los precios de mercado, fuera de la esfera mercantil, donde el país que tiene da, el que no tiene recibe; es un espacio todavía pequeño, pero ejemplar.

Ejemplar porque es el único espacio mundial fuera de las relaciones de libre comercio, de la Organización Mundial de Comercio (OMC), en el que no se intercambian los métodos de educación y de alfabetización cubanos, por ejemplo, a precios de mercado. Venezuela da petróleo porque tiene petróleo. Cuba da la mejor salud pública del mundo que es lo que construyó históricamente. Es un intercambio que no está medido por precios de mercado, al igual que la Operación Milagro, al igual que el método cubano de combate al analfabetismo, que se desarrollan en la esfera no mercantil.

Este es un tema central que permite pensar lo que es la esfera pública y a partir de ahí poder pensar lo que debe ser una prensa pública. La prensa es básicamente mercantil, es una prensa que es financiada no por la compra de los lectores, es financiada por las agencias de publicidad, es vendida primero a las agencias y después al público. Por eso les interesa no la cantidad de lectores sino la calidad, la capacidad de compra de los lectores para poder venderla a las agencias, diciéndoles: Mis lectores viajan tres veces al año al exterior, compran coche cada dos años, toman whisky extranjero, etc.

Es un circuito cerrado que condiciona lo que se llama opinión pública, porque es una opinión selectiva, condicionada por el mercado de las agencias de publicidad. Esta es la dinámica de la prensa mercantil.

¿Cómo puede ser una prensa pública? No tenemos grandes experiencias de eso. El caso más conocido, un caso frustrado, fue el de la nacionalización de toda la prensa peruana durante el gobierno nacionalista de Velasco Alvarado, que tiene grandes realizaciones, entre otras, la reforma agraria, el establecimiento de los procesos penales en lenguajes indígenas. No es un gobierno que hay que banalizarlo. Pero al nacionalizar, en verdad, estatizó a la prensa y entregó la dirección de la misma a sindicatos de periodistas y de otras categorías, así como a instancias directamente estatales. Se volvió una prensa estatal, una prensa donde no había gran capacidad de organización social y por lo tanto no había un intercambio estrecho entre esa prensa y las organizaciones populares.

Era un gobierno que, además, tenía rasgos autoritarios y que tampoco llegó al poder en el auge de movilizaciones populares muy amplias. Hubo una prensa estatal que no es una prensa desechable, de la que no hay que tener vergüenza pues un gobierno que gana las elecciones tiene la obligación de rendir cuentas al pueblo de lo que hace, de lo que piensa, entonces, existe una prensa directamente estatal, porque en general la prensa privada dice: yo tengo el 40% de la audiencia, debo tener el 40% de la publicidad.

Pero la mayor encuesta de opinión pública son las elecciones y ellas dan lo que el pueblo quiere que sea el país, qué proyectos, qué dirección política, qué partidos, entonces, una prensa estatal es perfectamente posible, no es avergonzante, porque en caso contrario se coloca a la defensiva

lo que se opone a la esfera mercantil, pretendiendo caracterizar que todo lo que es estatal es antidemocrático.

Los gobiernos no se atreven a decir que tienen una prensa oficial, una prensa que da el punto de vista del gobierno, pero cuando son elegidos democráticamente tienen todo el derecho y la obligación de informar, sino quedan de rehenes de los espacios que da la prensa privada, de los espacios de la televisión, que a veces tienen derecho de reivindicar.

Hay un tipo de prensa estatal que no debemos desechar vergonzantemente porque una parte de sus experiencias no hayan sido positivas.

La batalla de las ideas

La idea de prensa pública es la idea de la construcción de consensos que no son necesariamente estatales, en los que el Estado participa, pero no es determinante, es una fuerza entre otras. Este es un tema muy importante porque el neoliberalismo impuso la hegemonía liberal. Hay una frase importante de Perry Anderson cuando analizó la izquierda francesa, que vale para países como Brasil, Uruguay y otros cuando dice: “Cuando finalmente la izquierda ganó el gobierno, había perdido la batalla de las ideas”.

Una cosa hubiese sido Lula electo en 1989 y otra cosa es ser elegido en el 2002. Para varios países puede tener sentido, países que pasaron por procesos neoliberales, donde no sólo se transformaron el Estado y las relaciones sociales sino también la hegemonía cultural, y el liberalismo no sólo se volvió hegemónico, sino que penetró dentro de la misma izquierda. En el neoliberalismo, la batalla más importante que perdimos fue la batalla de las ideas.

La hegemonía neoliberal descalificó una cantidad enorme de categorías que dificultan la superación del capitalismo. El mayor drama histórico contemporáneo es el hecho de que el capitalismo revela sus límites claros, pero las condiciones de instauración de una sociedad socialista tuvieron un retroceso muy fuerte. En ese marco se reproduce un tiempo de inestabilidad, de turbulencias, hasta que se generen condiciones para la superación de la crisis hegemónica que vive el mundo contemporáneo.

Pensemos en las precondiciones del socialismo en términos de cultura socialista, en el sujeto de la clase trabajadora y otras categorías que son descalificadas, junto con las de planificación centralizada, las soluciones colectivas a los problemas, y sustituidas por otras, como las del consumo, la solución individual a los problemas, etc., que se han vuelto preponderantes.

Aún sin discutir la naturaleza de la sociedad china, si se mira hacia China, se ve expectativas de consumo, actitudes frente a la tecnología, mercantilización, etc., que son inducción no solo del capitalismo, sino del capitalismo estadounidense. Si miramos hacia las periferias de nuestras grandes ciudades, vemos a los jóvenes pobres ambicionando un consumo al estilo norteamericano, en el cual el *shopping center* es una utopía.

Disputa de sentidos

Retomando el tema, una prensa pública no debe ser solo una prensa de debate, sino también una prensa de construcción de nuevos valores, porque no hay otra forma de vida hoy día que dispute hegemonía con la forma de vida norteamericana. No era el modelo soviético, no son los evangélicos, ni los islámicos, quienes les pueden disputar hegemonía a los estadounidenses. Ellos penetran en el mundo prácticamente sin defensa, sin resistencia fuerte, no hay otra forma de sociabilidad que se les oponga con fuerza a nivel global y bastante también a nivel local.

Una prensa pública no debe sólo dedicarse a la información, al debate y a la construcción de valores, sino que debe dar una especial atención a los jóvenes pobres. Gran parte de nuestro futuro se está definiendo con esos jóvenes de la periferia de las grandes ciudades, que son la mayoría de la población y que no tienen futuro en el mercado capitalista, no son los consumidores de lujo del futuro, no son los obreros calificados del futuro, pero son la mayoría y que hoy día están abandonados a la ideología dominante, a las alternativas que les presentan el consumo, el evangelismo, el narcotráfico, etc.

Construir una prensa pública no es solamente incentivar el debate político, el debate formativo, es también dar espacios de construcción de

identidades diversificadas, de identidades autónomas que, en gran medida, se orienten hacia los jóvenes porque son aquellos que tienen más disponibilidad ideológica. La mayor demostración de la hegemonía ideológica del modo de vida norteamericano es cuando los pobres, los más masacrados y víctimas de la globalización neoliberal, asumen valores y expectativas que son las exportadas por Estados Unidos. Un objetivo central de una prensa pública es apoyar la construcción de sociabilidades alternativas, identidades alternativas, consensos alternativos en el marco de la construcción de una hegemonía alternativa a la neoliberal.

Termino diciendo que por donde avanza la Alternativa Bolivariana para las Américas es por aquellos países donde, de alguna manera, el neoliberalismo no logró enraizarse tanto, como son los casos de Venezuela, de Ecuador, de Bolivia. En este último país, por ejemplo, a pesar de haber tenido gobiernos neoliberales, la mayoría de su población no fue penetrada, mantuvo su forma de sociabilidad indígena, aún cuando emigró a la ciudad de El Alto mantuvo su forma de convivencia, de sociabilidad originaria. Esto posibilitó reconstituir sus valores, su identidad, y lograr construir un partido y ser hegemónicos hoy día en un proceso duro, de disputa, pero un proceso en que tiene perspectiva de batalla hegemónica.

Revertir la hegemonía neoliberal es un eje determinante de la lucha por el posneoliberalismo en América Latina hoy día y en esa lucha tiene un rol central la construcción de una prensa pública.

Tercera parte:
Estudios de
Comunicación

Estudos de recepção na América Latina, hoje: a visão de seus pesquisadores

Nilda Jacks¹

Daiane B. Menezes²

Introdução

Este texto examina de forma transversal a análise realizada por vários pesquisadores latino-americanos sobre os estudos de recepção produzidos em seus países, a qual está publicada na Revista *Diálogos de la Comunicación* (n.73), coordenada por Valerio Fuenzalida e Nilda Jacks (2006)³.

A partir destas considerações, o que faremos aqui é traçar um panorama que aponte as diferenças e semelhanças entre as pesquisas realizadas na parte latina do continente⁴, indicando os contextos que deram estes contornos.

Institucionalização dos estudos: situação política e cenário midiático

Na maior parte dos países os estudos de recepção tiveram seu momento de emergência durante os anos 80, localizando-se mais para o início ou

1 Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação/UFRGS Daiane B. Menezes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais/PUCRS

2 Mestre em Ciências Sociais/PUCRS.

3 O referido dossiê faz parte de um primeiro movimento para conhecer o cenário latino-americano hoje, o qual dá suporte para uma pesquisa que está em andamento, que se propõe a conhecer de perto a produção de teses e dissertações produzidas em cada país da região.

4 Não participaram da publicação pesquisadores das Guianas e dos países da América Central, com exceção de El Salvador e Porto Rico.

mais para o fim da década segundo as condições institucionais do campo e/ ou da situação política vigente.

Na Argentina, Chile e Brasil coincide com o fim das ditaduras, sendo que no Chile o desenvolvimento inicial aconteceu fora das universidades⁵, assim como no Peru e na Colômbia onde também foram realizadas nas ONGs, embora em contextos políticos diferentes.

Em alguns países as ditaduras esvaziaram o debate por pressão do regime ou por fuga de pesquisadores, sendo o México o país que acolheu boa parte dos teóricos exilados, como os argentinos. Segundo Jorge González (1998) esse fato fez toda a diferença, pois:

No fueron los intercambios científicos, es decir la propia dinámica del campo, sino una perturbación externa, –la represión militar en América del Sur– que mediante redes de amigos y conocidos, nos puso en contacto directo con colegas de sólida formación que vinieron a refrescar el ya de por sí viciado ambiente del campo científico mexicano de mediados de los setentas, pleno de certezas de corte positivista o bien de corte que se llamaba “crítico”. Con ellos llegaron a México otras bibliografías, autores, perspectivas y problemáticas que influyeron definitivamente en la reorientación de los temas de investigación y, a su vez, fueron influidos por las diversas tradiciones y corrientes que se desarrollaban en México.

Em quase todos os casos, a presença da ditadura resultou na definição de certas temáticas e problemáticas de pesquisa, o que excluiu o tratamento da recepção, ocupados que estavam os pesquisadores no destrinchamentos ideológicos das mensagens e meios, uma vez que estes estavam em aliança com os governos autoritários, retardando o estabelecimento do debate sobre a relação entre meios e audiência.

No Chile e no Brasil, particularmente, o processo de resistência impulsionou a perspectiva da leitura crítica dos meios, em ambos os casos sob a concepção pedagógicas proposta por Paulo Freire em a *Pedagogia do Oprimido*. Na Colômbia e Peru foram as fragilidades democráticas e os processos revolucionários os que deram relevo aos assuntos como

5 Em organizações como Ceneca (Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística) e ILET (Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales), segundo Fuenzalida (2006).

violência, política e cidadania como base para pensar a comunicação, e mais tarde para os processos de recepção. O caso mais extremo foi o de El Salvador que devido à guerra civil retardou a implantação da pesquisa até recentemente.

As ditaduras tiveram, no entanto, influências diversas na configuração das indústrias culturais, um dos fatores que repercutiu no campo da pesquisa em comunicação, pois a relação entre política e mercado se faz sentir tanto na afirmação da pesquisa para o mercado⁶ quanto na acadêmica, preocupada com este. Enquanto em alguns países apenas TVs estatais funcionavam durante a ditadura, em outros, as TVs comerciais surgiram durante o próprio período de exceção. No Chile, “el riguroso control militar de todo el sistema televisivo postergó la introducción de cualquier forma de TV comercial privada. Solamente a fines de la dictadura [aparecen os] canales privados” (Fuenzalida, 2006, p.48). Na Venezuela, ao contrário, foi durante o período ditatorial que surgiram as TVs comerciais: “entre ese 1952 y 1958 tendremos ya un parque de seis estaciones de televisión, de las cuales cinco serán de carácter comercial/privado”, afirma Marcelino Bisbal (2006, p.108). Algo muito semelhante ocorreu com o Brasil, em que um ano após a ditadura foi criada a Rede Globo, maior rede de televisão brasileira, no lugar da Rede Tupi, que entrou em um processo de falência no final dos anos 70. Surgiram também outras três redes nacionais: a Bandeirantes, o SBT e a Educativa, e, com cobertura parcialmente nacional, a Rede Manchete (Capparelli, 1982). Obviamente só isto não explica o desenvolvimento do campo e a definição de objetos de estudo, uma vez que tanto a pesquisa brasileira quanto a venezuelana, por exemplo, emergem no mesmo momento, tendo sofrido ditaduras em épocas diferentes, assim como o caso do México que não sofreu ditadura neste período e acompanhou aqueles países na afirmação dos estudos de recepção.

6 Nem todos os pesquisadores contextualizaram o papel da pesquisa realizada no mercado como decorrência do desenvolvimento da indústria cultural em cada país, a qual também redefiniu o campo profissional e do ensino da comunicação. Estão bem explícitos os casos do Brasil e do Chile, cuja estrutura dos meios implantou-se fortemente durante a década de 70 e 80 trazendo repercussões para a pesquisa desenvolvida nas universidades.

Nos casos do Peru e da Colômbia, por exemplo, a fragilidade democrática levou a pesquisa a problematizar a violência e a cultura política respectivamente, indicando a pertinência de considerar o cenário político para entender as condições de produção científica, conjugadas com os aspectos internos ao campo e a estrutura midiática. Esta foi a situação da maioria dos países durante a década de 80, com exceção do Paraguai, que ainda não construiu o cenário para o aparecimento dos estudos de recepção, conseqüência de fatores internos e externos ao campo científico. Os demais países começam suas pesquisas na década de 90, já sob o forte influxo do trabalho realizado nos países pioneiros.

Tradição do campo e influências externas

Em quase todos os países as pesquisas de recepção tiveram como cenário original os estudos dos efeitos, tributários da tradição funcionalista norte-americana, quase sempre paradoxalmente em consonância com a teoria *frankfurtiana*, outra tradição vigente nos anos 60 e 70 que marcou o desenvolvimento dos estudos de comunicação latino-americanos. Pode-se indicar como exceção o caso da Argentina que muito cedo incorporou a contribuição de Gramsci sobre as culturas populares abrindo um debate mais próximo aos estudos culturais, fato que aconteceu no Brasil pelo menos uma década depois, momento que aquele autor é introduzido no debate das ciências sociais (Coutinho, 1988). Estamos sempre falando, é claro, dos estudos de recepção desenvolvidos no âmbito da pesquisa em comunicação, que teve influência definitiva, em quase todos os países, das teorias propostas por Martín-Barbero, García Canclini e Guillermo Orozco, entre os mais destacados.

É através de Martín-Barbero que a Colômbia projeta-se como país irradiador do debate sobre recepção e uso dos meios, entretanto, também sofre influência da produção brasileira, chilena e mexicana (Martín-Barbero, 2006). Esta última também é responsável por insemear vários aspectos da produção de muitos países, uma vez que conta com muitos pesquisadores dedicados à questão e um campo acadêmico bem estruturado, como também é o caso do Brasil, o que possibilita a produ-

ção e circulação da pesquisa. Em se tratando da relação entre comunicação e educação pode-se afirmar que o Chile também é um pólo irradiador, tendo-se em conta a contribuição do chileno Valério Fuenzalida e sua equipe.

Houve, entretanto, países que angularam estas influências com a produção local, tanto da área da comunicação como das ciências sociais de modo geral. São os casos, por exemplo, do Brasil que desenvolveu uma perspectiva devedora dos trabalhos de Paulo Freire e da Argentina com relação a Eliseo Verón e o caso de ambos com o pensamento nacional. Além do Brasil, Paulo Freire também inspirou a pesquisa chilena, como já foi dito, uma vez que o trabalho desenvolvido lá estava muito vinculado à educação para os meios. De qualquer maneira, o que vincula a experiência realizada na maioria dos países que tiveram uma produção na área foram, mais cedo ou mais tarde, os estudos culturais, quer tenha sido mediado pela discussão estabelecida no continente, quer pela discussão européia trazida por teóricos nacionais. Foi a configuração do campo da pesquisa que ordenou esta relação, ou seja, especula-se que quanto menos institucionalizado mais dependente do debate externo, no caso a produção dos países vizinhos, como aconteceu com El Salvador e em certa medida o Uruguai. Na situação oposta encontram-se a Venezuela e o Chile que articularam sua pesquisa a teóricos não latino-americanos como Jauss, Morley, Jensen e Lull, entre outros, como assinalam os analistas dos respectivos países (Bisbal, Fuenzalida, 2006).

Temáticas exploradas.

Superados os anos mais difíceis, as temáticas emergentes a partir do final dos anos 80 e durante os 90 foram as telenovelas, na Argentina, Uruguai, Brasil, Colômbia, Peru, México e Chile, alguns na esteira da cultura popular outros no entendimento do gênero ficcional e das práticas cotidianas. Na relação entre comunicação e educação, os estudos de recepção ganharam mais evidência na Argentina, Bolívia, Chile, Venezuela, México, El Salvador e Peru. Neste último muito perpassado pelas questões da cultura política, da cidadania e também da recepção crítica,

presentes ainda na produção do Chile, México e Venezuela, embora neste último aparentemente com menos vigor, como parece também ser o caso da Bolívia.

No caso brasileiro houve o desenvolvimento de um projeto de longo prazo liderado pela União Católica Brasileira de Comunicação Social (UCBC) em conjunto com a Igreja Católica. O projeto iniciou em 1979 e entre suas estratégias principais estavam o desenvolvimento de cursos de educação para os meios e a publicação da coleção *Para uma Leitura Crítica*, preparada por teóricos da área e composta de manuais para leitura de televisão, jornal, história em quadrinhos, publicidade etc.

Preocupadas com o consumo cultural, outra chave para pensar os processos de recepção, estão a pesquisa argentina, chilena, colombiana, equatoriana, venezuelana, porto-riquenha e a do México, de onde irradiou diferentes experiências no trato deste fenômeno. Na Argentina e México o consumo cultural é mais pensado na vinculação com a temática das identidades culturais, na Colômbia é em relação com a cultura juvenil assim como no Equador. Em Porto Rico é na relação com o consumo midiático, muito semelhante ao caso do México, que também investiga nesta área. No Peru a questão das identidades aparece articulada com as do gênero feminino. Temáticas muito particulares são tratadas na Bolívia, Peru, Uruguai, El Salvador, México e Porto Rico. No caso da Bolívia está a preocupação com a relação entre comunicação e desenvolvimento, no Peru com a comunicação alternativa e novas tecnologias, no Uruguai e México com os *talk shows*, sendo que no primeiro ainda há interesse em entender o processo de comunicação publicitária na relação com os consumidores. A pesquisa em El Salvador tem um perfil conseqüente com a experiência de guerra e de intensa emigração, revelada pelas temáticas da política, liberdade de expressão, audiência rural e transnacional, esta também explorada pela pesquisa mexicana. Com uma situação política menos dramática, em Porto Rico as questões tratam de processos culturais, consumo, religião, imprensa sensacionalista, identidade cultural caribenha.

No Brasil a questão das identidades, em geral, é tratada do ponto de vista daquelas que não são hegemônicas, ou seja, as que estão fora do eixo Rio-São Paulo, direcionando os estudos para as culturas regionais frente aos processos de recepção de meios com cobertura nacional.

Características específicas.

Apesar de eixos comuns trazidos pela dependência inicial da pesquisa norte-americana e européia e depois da gerada nos principais países da região, que ainda não alcançou devidamente o Equador⁷ e o Paraguai, há certas características nacionais que diferenciam a produção de alguns países. Porto Rico, em especial, parece localizar-se em uma encruzilhada, pois vive a ambigüidade de ser ao mesmo tempo latino e norte-americano, o que se reflete visivelmente na pesquisa no que se refere aos objetos e temas de estudo, além das abordagens teórico-metodológicas. A Argentina sobressai-se pela reflexão teórica e a crítica aos estudos de recepção, uma vez que a pesquisa empírica é realizada em menor grau, tanto como repercussão da tradição acadêmica⁸, quanto pela falta de recursos para o trabalho empírico. Ao contrário, o grande desenvolvimento de pesquisa empírica é a característica da pesquisa realizada no Brasil e no México, talvez os dois lugares com maior produção, tendo como resultado uma forte contribuição metodológica e de conhecimento da realidade empírica sobre processos de recepção de diversos meios em contextos sócio-culturais variados. Isto não alivia, entretanto, a crítica que o próprio campo realiza sobre a produção existente. No primeiro caso, os problemas maiores são estudos despolitizados, uma vez que audiência é tomada em si mesma e o receptor como um sujeito coerente; no segundo seria a dualidade entre estudos midiáticos e culturalistas (Orozco Gómez; Torre, 2006), embora, por outro lado, os pesquisadores mexicanos tenham forte tradição de estudos multidisciplinares que apontam para a conjugação destas duas tendências. Como no caso brasileiro, a pesquisa boliviana também é tida como despolitizada, além de apresentar uma tendência constatacionista, que abandona o estrutural, tornando os estudos pouco críticos, pois “se comenzó a sugerir que el poder estaría

7 Apesar do país ter “las matrices de ocho organizaciones internacionales de comunicación: CIESPAL, OCIC-AL, UNDA-AL, UCLAP, AMARC, ALER, PROA y el Proyecto Latinoamericano para Medios de Comunicación de la Friedrich Ebert Stiftung” isto teve efeitos pequenos no campo da comunicação e da pesquisa (Montúfar, 2006, p.72).

8 Tanto a Argentina quanto o Uruguai tem raízes nos estudos literários e na estética da recepção. A primeira especialmente com Eliseo Verón e o segundo com W. Iser e U. Eco.

concentrado en el lado del receptor, olvidando que entre emisor y receptor hay una relación dialéctica que tensiona los intereses y poderes de ambos”, (Crespo, 2006, p.31).

Na busca da superação de problemas metodológicos como este se destacam Peru e México, sendo que este tem contribuído com proposição de modelos teóricos e metodológicos. No extremo de tudo isso se encontra o Paraguai, onde inexistente a reflexão sobre a recepção.

O divórcio entre a pesquisa de mercado e a acadêmica é apontado pelo Chile e pelo Brasil, embora deva ser um problema generalizado, assim como a falta de sistemas de informação sobre a produção nacional e regional e de apoio financeiro para o trabalho empírico. Em

El Salvador, por exemplo, “las publicaciones académicas sobre comunicación son reducidas e incipientes y la cultura de la discusión interinstitucional inició hace algunos años pero todavía no ha adquirido el calor de un intercambio continuo” (Parducci, 2006, p.117). Além disso, “el problema de la difusión de los resultados se complejiza al no tener publicaciones periódicas, como revistas, y al tener unas políticas muy malas de distribución de libros” (Parducci, 2006, p.122). O mesmo acontece em Porto Rico, onde “los trabajos que se han realizado y/o publicado hasta el momento están dispersos y poco se conoce de los esfuerzos de uno y otro programa de comunicación o de los investigadores” (Rengifo, 2006, p.126).

No caso equatoriano, o problema também é a “seria dificultad para acceder a la información pertinente, especialmente en lo atinente a tesis de pregrado y posgrado” (Montúfar, 2006, p.72). Ou seja,

No hay una conciencia sobre la importancia de la información y, por tanto, no hay una “cultura de la información” (registros, sistematizaciones, difusión y diseminación, accesibilidad, etc.) más grave aún pues los sistemas de información son un insumo básico de la investigación. Muchas instituciones no tienen página web o si la tienen suele ser muy elemental y desactualizada, son escasísimas las que tienen un servicio eficiente y completo. Hay un celo profundo para entregar información (Ibidem)⁹.

9 El caso de las empresas encuestadoras es patético, no sólo que creen haber inventado el agua tibia, sino que quieren patentarla. Se negaron a entregar información aduciendo confidenciali-

Afora os problemas de divulgação da produção científica, que implica no acesso à informação, comuns em muitos países, há o desinteresse pela pesquisa acadêmica em si, portanto, não há investimento nem para formação de pesquisadores, nem para dar suporte à produção científica.

As contribuições para o campo: a guisa de conclusão

Decorrentes dos elementos estruturais e conjunturais que conformaram cada experiência nacional, podemos destacar as contribuições de alguns países para a constituição de uma produção de caráter e conteúdo latino-americano sobre processos de recepção. Assim, da Argentina pode-se indicar que a reflexão aportou saberes sobre a vinculação dos processos de recepção com o poder e com a constituição da subjetividade a partir de teorias da comunicação, segundo afirmam as pesquisadoras Florencia Saintout e Natalia Ferrante (2006). É de domínio geral, também, que as abordagens de Eliseo Verón sobre as condições de reconhecimento contribuíram sobremaneira para entender a relação entre produção e recepção.

Identificado de maneira semelhante é o caso da *Leitura Crítica da Comunicação (LCC)*, contribuição original brasileira para a educação para os meios, produzida no início dos anos 80, embora alvo de críticas por seu caráter eminentemente pedagógico e intervencionista. De outro lado, há uma produção posterior caracterizada por uma diversidade de enfoques que dão uma riqueza à experiência brasileira, possibilitando muitas explorações teóricas e metodológicas a partir das propostas latino-americanas articuladas com as tendências internacionais e locais.

Com relação ao Chile, podemos pontuar a original exploração da relação afetiva e lúdica dos receptores com os meios e as mensagens massivas. Em termos da exploração metodológica, a etnografia da audiência é utilizada para revelar o contraste entre a fala captada por técnicas de entrevista com a conduta e as práticas dos receptores nas pesquisas

dad, desconfianza profesional, temor de que les “copien” metodologías y les “pirateen” resultados, pese a la insistencia de que sólo queríamos datos generales sobre el tipo de investigaciones que realizan, temas y frecuencias (Ibidem, p.72).

realizadas tanto dentro como fora da universidade. Em outras palavras, a investigação etnográfica, justamente “busca integrar la observación de las conductas cotidianas de consumo medial en el hogar con las verbalizaciones de significación. Tal comprensión del consumo televisivo en situación de recepción da mejor cuenta de la tradicional contradicción entre las opiniones verbalizadas por la audiencia y las conductas manifestadas” (Fuenzalida, 2006, p.50). Quase desnecessário destacar ainda a experiência do CENECA sobre a educação para os meios, como aconteceu no Brasil, Peru e no México, sob outras perspectivas.

A Colômbia, mesmo com diferentes contribuições, é reconhecida através da figura de Jesus Martin-Barbero como o país de onde irradiou a teoria das mediações, grande contribuição para a fermentação dos estudos de recepção em todo o continente e fora dele.

Experiência importante e uma grande contribuição para ser aproveitada pelo restante dos países, vem do Peru. Trata-se da implantação observatórios da audiência com foco nas práticas dos receptores, cujo objetivo é observar o fenômeno da cidadania midiática, chamando a atenção para a necessidade de “ingresar valientemente al campo de la interpretación, identificar fenómenos explícitos e implícitos... Salir de la pregunta e ir a los imaginarios y supuestos posibles de cada respuesta como de la trama desde la cual se dijeron las respuestas o tendencias, actitud indispensable para poder luego regresar a la estadística o a lo dicho” (Moreno, 2006, p.94).

O Uruguai apesar de retardatário e com pouca circulação de sua produção, tem contribuído através de um grupo de pesquisadores com um programa de pesquisa que se dedica a recuperar a memória da recepção dos meios, isto sem deixar de atender à emergência das novas tecnologias midiáticas com explorações metodológicas sobre a relação do usuário com a internet.

Tanto quanto a Colômbia, mas de forma mais diversificada, o México é um país de onde irradiaram várias propostas teórico-metodológicas para entender a relação da audiência e receptores com os meios de comunicação. De lá vem a contribuição de García Canclini para estudar o consumo cultural, a teoria das multi-mediações proposta por Guillermo Orozco para analisar especificamente a relação com a televisão, embora

passível de entender outros meios, e a experiência do Programa Cultura fundado e coordenado por muito tempo por Jorge González e Galindo Cáceres, os quais se dedicaram a estudar a telenovela no rastro das articulações entre cultura popular e de massa.

Salvo algum lapso, estas são as contribuições mais destacadas pelos pesquisadores que produziram este retrato da pesquisa latino-americana nestes meados da década em curso, cujo porvir foi pensado pelos analistas mexicanos ao indicar que “los estudios de caso deben leerse desde lo macro, comparando su información con las condiciones que desde la producción mediática conforman a los públicos, incorporando la dimensión histórica y triangulando información de naturaleza cuantitativa”. Além disso, dizem que são necessárias “mejores condiciones para el trabajo en equipo y en colaboración, la puesta en común de resultados mediante canales de divulgación entre investigadores y hacia otras áreas de estudio para nutrirlas con sus aportes” (Orozco Gómez; Torre, 2006, p.141).

Referencias bibliográficas

- Bisbal, Marcelino (2006). *Recepción y televisión en Venezuela: itinerario de una línea investigativa*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Capparelli, Sérgio (1982). *Televisão e capitalismo no Brasil*. Editora LPM. Porto Alegre.
- Coutinho, Carlos Nelson e Nogueira, Marco Aurélio (1988). *Gramsci e a América Latina*. Paz e Terra. Rio de Janeiro.
- Crespo, Marcelo Guardia (2006). *Irrupción y proyecciones de los estudios de recepción en Bolivia*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Fuenzalida, Valerio (2006). *Estudios de audiencia e recepción en Chile*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Gonzalez, Jorge (1998). “La Voluntad de Tejer: Análisis Cultural, Frentes Culturales y Redes de Futuro”. In: *Razón y Palabra*. Número 10, Año 3, Abril-Junio. Disponível em: <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n10/gonzalez2.htm>> Acesso em: 22/06/2007.

- Gomes, Itania Maria Mota (2004). *Efeito e Recepção: “a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media”*. E-Papers Serviços Editoriais. Rio de Janeiro.
- Orozco Gómez, Guillermo; Torre, María Rebeca Padilla de la (2006). *Los estudios de recepción en México. Un itinerario*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Jacks, Nilda; Escosteguy, Carolina (2005). *Comunicação e Recepção*. Hacker. São Paulo.
- Martin-Barbero, Jesús; Télles, Marla Patricia (2006). *Los estudios de recepción y consumo en Colombia*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Montúfar, Fernando Checa (2006). *Los estudios de recepción en Ecuador: paradojas, vacíos y desafíos*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Moreno, Rosa María (2006). *Declives en la investigación en favor de la vigilancia ciudadana: estudios de recepción mediática en Perú*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Parducci, Amparo Marroquín (2006). *El Salvador: (Re)dibujando audiencias*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Rengifo, Guadalupe Escalante (2006). *Tramas de la investigación en comunicación en Puerto Rico: una aproximación a los estudios de recepción*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Saintout, Florencia; Ferrante, Natalia (2006). *Los estudios de recepción en Argentina hoy: rupturas, continuidades y nuevos objetos*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Seratini, Diana (2006). *Estudios de recepción desde la universidad en Paraguay. Las memorias de licenciatura de la carrera de ciencias de las comunicación de la U.C*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.
- Vilela, Rosario Sánchez (2006). *Enfoques de la recepción en el Uruguay*. Dia-logos de la Comunicación, n.73.

El estudio de las audiencias en Centroamérica. Primeras coordenadas del mapa

Amparo Marroquín Parducci¹

Las fuentes que surten mi lengua y alimentan mi espíritu proceden, no de una fantasía vacua y desbordante, sino de una tradición verbal y suntuosamente humana.
Salarrué. O'Yarkandal.

Hace ya algún tiempo, Nilda Jacks me propuso iniciar un trabajo de estado del arte sobre estudios de audiencia en El Salvador. El trabajo, que parecía sencillo, se fue complejizando a medida que nos aproximábamos a las distintas instituciones que trabajan la comunicación y que producen conocimiento sobre estas temáticas. En el país, la disciplina de la comunicación es relativamente nueva y sus tradiciones no se encuentran documentadas. Inicié entonces un proceso de documentación, junto con cuatro estudiantes, para dibujar uno de estos mapas nocturnos de los que nos habla Jesús Martín Barbero. El trabajo que se sistematizó fue publicado en el boletín temático de Alaic en el 2005². En ese año, en El Salvador, se llevó a cabo el Primer Congreso Centroamericano de Facultades de Comunicación, auspiciado por Felafacs; por primera vez grupos importantes de investigadores y estudiantes de la región se dieron cita para discutir sobre el estado de las comunicaciones en nuestras universidades. Fue

- 1 Universidad Centroamericana José Simeón Cañas. El Salvador. Un primer trabajo de campo para la presentación de este texto ha sido llevado a cabo por los estudiantes de la primera promoción de la Maestría en Comunicación de la universidad en septiembre de 2007.
- 2 Posteriormente actualizado para la revista Diálogos de la Comunicación, en 2006.

ahí donde Jesús Martín Barbero recordó el llamado para que “el comunicador se forme y se asuma como intelectual, no intermediario de los intereses mercantiles sino mediador de las demandas sociales y las diversas maneras de constituirse en ciudadanía” (Martín Barbero, 2005).

Un año después, en el 2006, Nilda Jacks pasó por Centroamérica. En la Universidad Centroamericana discutíamos sobre la creación de una Maestría en Comunicación que profesionalizara la disciplina, pero que, sobre todo, permitiera contribuciones rigurosas para pensar el campo. Entonces ampliamos la pregunta ¿qué sucede con la región centroamericana en relación con la recepción?, ¿qué tipo de investigaciones se están llevando a cabo? Lo que presento a continuación no es un recuento de autores particulares, sino más bien un breve panorama de las temáticas que se han estudiado, tanto las evidentes y comunes, como aquellas que han resultado hasta hoy más propias de la región centroamericana por su contexto histórico peculiar. En este sentido, el trabajo que presento no es un recuento cuantitativo, que recoja de manera exhaustiva la totalidad de los trabajos que se han llevado a cabo. Es más bien una primera fotografía que busca entender los caminos y los itinerarios desde los cuales se ha dibujado el campo de investigación en recepción.

Hablar de Centroamérica implica matizar el desde dónde es nombrada. Si bien su extensión geográfica es pequeña en comparación con muchos de nuestros países latinoamericanos, la diversidad histórica lleva a discusiones interminables sobre qué países conforman “lo centroamericano”. La región ha sido considerada desde distintos ámbitos y su densidad cultural, sus apuestas políticas, la historia de sus élites dirigentes ha ido configurando de manera peculiar cada una de las naciones. Hay ámbitos en los que no es posible establecer generalizaciones. Por ello, en muchos momentos me referiré a situaciones específicas en algunos países. Algunos investigadores incluyen en Centroamérica a las islas del Caribe. Otros la conciben como una región geográfica entre América del Norte y América del Sur que no incluye dichos territorios. Si bien en muchos momentos se incluye a Panamá, en otros, esta no se concibe como parte de la Centroamérica histórica, que surge con las declaraciones de independencia que terminarán dando lugar a cinco estados nacionales: Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua y Costa Rica. Por otro lado, tene-

mos a Belice, un país que luego de tres décadas de independencia, sigue luchando por posicionarse como un actor más que debe ser pensado y considerado como parte de la región a la que me refiero.

En este caso, la primera aproximación que hemos hecho ha sido hacia la Centroamérica histórica. Se ha rastreado información en los cinco países que conforman dicha noción y en distintas universidades de la región. Este documento bien podría llamarse “crónica de un mapa anunciado” pues al concluir esta parte de la investigación muchos de los datos obtenidos resultaron ser los evidentes, los esperados. Divido mi exposición en dos momentos, uno introductorio, en el que anotaré algunas características de los estudios de comunicación en Centroamérica, y un segundo momento en el que me ocuparé, específicamente, de los principales hallazgos encontrados en relación con los estudios de audiencias en los cinco países estudiados.

La comunicación: una pre-ocupación que se instala en la región

El hecho de que los estudios de audiencia llevados a cabo en la región resulten evidentes nos lleva a dos anotaciones. Por un lado, que la investigación Centroamericana, no solo en recepción, sino en el campo de la comunicación, apenas inicia y sus comienzos han estado marcados por acercarse a los caminos ya trazados. No existe todavía una producción teórica propia, aunque sí hay apuestas metodológicas y vivencias particulares desde la comunicación. Sin embargo, al aproximarnos al mapa, tal y como sucedió en el caso de El Salvador, la diversidad y la novedad no resaltan aún por los enfoques. Parecería que no ha habido tiempo para tomar distancia y criticar las propuestas hechas desde fuera de la región. En este sentido, la novedad de los estudios centroamericanos está dada por el contexto histórico en el cual dichos estudios se insertan.

Cuadro 1. Universidades asociadas a FALFACS	
País	Universidad
Costa Rica	1. Universidad Autónoma de Costa Rica 2. Universidad de Costa Rica (UCR) 3. Universidad Federada de Costa Rica 4. Universidad Interamericana 5. Universidad Latina
El Salvador	1. Universidad Centroamericana 2. Escuela de Comunicación Mónica Herrera
Guatemala	1. Universidad San Carlos 2. Universidad Galileo 3. Universidad Rafael Landívar
Honduras	1. Universidad de San Pedro Sula 2. Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) 3. Universidad Tecnológica C. A.
Nicaragua	1. Universidad Centroamericana

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Felafacs.

Otro elemento característico de la región centroamericana es que la investigación que se lleva a cabo es mínima. En muchas universidades, los únicos proyectos de investigación que se realizan son las tesis de grado. Por su naturaleza misma, estas investigaciones no permiten innovar teórica o metodológicamente.

La configuración de un campo centroamericano de estudios de la comunicación ha sido un proceso lento, a cuentagotas, la novedad metodológica que ha empezado a darse con los estudios de posgrado, es un ámbito que tiene muy pocos años de haber iniciado de manera sistemática.

En algunos países, los primeros programas fueron servidos “a la carta” por universidades extranjeras que después de graduar una o dos generaciones salieron de la región. Estas experiencias, si bien formaron un nuevo grupo de profesionales y movieron las discusiones hacia nuevas preocupaciones, muy poco anclaban la reflexión y la investigación en la realidad

centroamericana pues los profesores venían desde afuera. Tampoco se retomaban autores, publicaciones y discusiones que estaban presentes en cada país, pues esta bibliografía no ha circulado más allá de las aulas universitarias donde se ha producido. Ello ha dificultado la creación de un pensamiento propio.

Cuadro 2. Número de carreras en comunicación en universidades adscritas a FELAFACS		
País	Pregrados	Postgrados
Costa Rica	6	3
El Salvador	10	3
Guatemala	7	
Honduras	6	
Nicaragua	4	

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Felafacs.

Por otro lado, los resultados de este primer, *mapa nocturno*, nos vuelve a poner en evidencia un viejo problema que desde las ciencias sociales tenemos ya algún tiempo de venir discutiendo: la ausencia de redes institucionalizadas que permitan un buen acceso a las investigaciones más recientes y el intercambio de dicha información.

Este mapa se ha hecho básicamente a través de la Internet y de redes personales, de discusiones a través de correos electrónicos o de charlas entre un congreso y otro entre quienes están trabajando el tema. El intercambio de publicaciones en Centroamérica es casi nulo. Tampoco se ha logrado aprovechar hasta el momento las facilidades que la Internet brinda para el intercambio de datos. En el 2005 se creó la página de la recién fundada Asociación Centroamericana de Investigación en Comunicación (ACIC) (http://www.geocities.com/centroamerica_acic/principal), sin embargo, la página de dicha asociación no fue actualizada después de ese año³.

Otro problema fundamental al momento de llevar a cabo este levantamiento de datos es que la gran mayoría de las universidades de la región

3 Se incluyen en ella cuatro boletines de mayo, julio, agosto y septiembre de 2005.

no ofrecen acceso virtual a sus bibliotecas, por ello no es posible revisar las publicaciones y tesis más recientes en cada una de ellas a no ser que sea de manera presencial. Recién ahora inicia una experiencia que se espera rompa con esta tradición de in-comunicación. El reconocido historiador e investigador argentino-costarricense Héctor Pérez Brignoli, ha logrado articular una red de investigadores de las ciencias sociales en Centroamérica (<http://www.foros-sociales.org/>), que están tanto en la región como en universidades alrededor del mundo, y con el apoyo de Ford parece por fin iniciar un proceso denso de intercambio de experiencias y de discusión de posibilidades.

Para continuar la reflexión es necesario señalar, de manera muy breve, algunos elementos que históricamente configuraron el desarrollo de la comunicación en la región. La década de los ochenta fue caracterizada por muchos analistas como la década perdida en muchos lugares, pero sobre todo en Centroamérica. Largas dictaduras militares en todos los países, con la excepción de Costa Rica y procesos de guerra civil en El Salvador, Nicaragua y Guatemala marcaron esos años. Las carreras de comunicación se fortalecieron en ese contexto. Si bien las pioneras nacieron antes, vinculadas generalmente a la formación de periodistas, fue durante esa “década perdida” que se impulsó la profesionalización del ejercicio periodístico, en buena parte porque las coberturas de la guerra y los movimientos revolucionarios requirieron la llegada de corresponsales extranjeros que se instalaron en la región y discutieron sus propias posturas, compartieron sus experiencias e iniciaron a jóvenes periodistas deseosos de profesionalizar su práctica. El acceso a la información durante los conflictos armados y los enfrentamientos sociales fue una pre-ocupación de los países centroamericanos, en el doble sentido. Por un lado existió una discusión muy intensa sobre la libertad de prensa y los medios de comunicación que se situaron como protagonistas de la reflexión académica sobre comunicación que se llevó a cabo durante esta década. Por otro lado, los medios de comunicación se volvieron formalmente una “ocupación” remunerada y, sobre todo, reconocida por la sociedad. Hasta nuestros días, junto con las distintas iglesias, los medios de comunicación se mantienen entre las instituciones que mayor credibilidad gozan entre los ciudadanos, mientras que los partidos políticos son cuestionados y son en

cambio quienes provocan los niveles más altos de desconfianza en la población centroamericana.

Es también en los años ochenta, que aparecen las universidades privadas y sus carreras de comunicación, incluso en Costa Rica, es en los últimos 30 años que la disciplina se ha “reproducido” como una especialidad profesional, la novedad del campo ha hecho que, en muchos casos, dentro de la región todavía no estén claros ni delimitados los “bordes” de este campo de estudios. Las viejas discusiones entre generalistas y especialistas, entre la comunicación que es medio, pero también densidad y mediaciones culturales desde la vida cotidiana, la publicidad y las instituciones con su gestión particular de la comunicación son todavía preocupaciones presentes en la configuración de los planes de estudio en Centroamérica.

Con el fin de los conflictos armados y la instauración de democracias formales y procesos de gobernabilidad más abiertos a la negociación y el diálogo, nuevos temas aparecen en la región. Los tratados de libre comercio, nuevas discusiones sobre los derechos de propiedad intelectual, las migraciones, la privatización de lo público, el consumo y nuevas formas de ciudadanía emergen como preocupaciones que deben ser pensadas. Ahí se sitúan las audiencias como una realidad que empieza a ser investigada.

El mapa

Las investigaciones que se han llevado a cabo en la región pueden ser agrupadas en dos categorías. Por un lado, aquello que es esperado y que, si revisamos las investigaciones, estados del arte y mapeos que se han llevado a cabo en otros países, se muestran como temas comunes. Por otro lado, encuentro ciertas temáticas que resultan más propias de la región, al menos en la manera de aproximarse al fenómeno. Me ocupó entonces de estos dos ámbitos.

El mapa esperado

En primer lugar, al llevar a cabo el mapeo hemos encontrado la predominancia de estudios desde las casas de publicidad y empresas consultoras de

comunicación. Aquí, la gran preocupación es la audiencia como consumidora. En todos los países centroamericanos existe una gran cantidad de consultoras de comunicación y casas publicitarias que llevan a cabo este trabajo que, en la mayoría de los casos, no está accesible al público. Estos análisis son puramente cuantitativos y se acompañan de muy poca discusión y reflexión. Puntúan *rating*, *ranking*, posicionamientos de marca, pero no suelen ofrecer mucho más que ciertos rasgos y patrones estéticos de los centroamericanos. En los países centroamericanos la producción nacional es muy poca, en la gran mayoría de los casos se limita a cierta publicidad y los noticieros, en este sentido más bien se puede ver cómo las estéticas de las grandes industrias culturales sobre todo de México y EE.UU. han configurado los gustos, las estéticas y las narrativas de las audiencias centroamericanas, en algunos casos con mayores niveles de polarización política en la estética que en otros, como es el caso de un anuncio de la empresa Burger King en el que con salsa de tomate se forma la figura por todos conocida de Ernesto “Ché” Guevara. Dicho anuncio, publicado en los periódicos hondureños, no ha sido utilizado, por ejemplo, en El Salvador, país donde una estética de este tipo podría ser asociada a la izquierda política y generar niveles de rechazo⁴.

Un segundo grupo de estudios de audiencia son aquellos cuyo énfasis se encuentra en la opinión pública y las percepciones sobre la política local. Esta preocupación es constante en todos los países. Distintos institutos especializados de opinión pública, desde las universidades, desde los medios, a través de grandes casas encuestadoras (algunas desde países no centroamericanos) o incluso a partir de instrumentos llevados a cabo por los partidos políticos siempre existe un seguimiento sobre la audiencia como votantes. La pregunta de fondo que se busca responder en este tipo de estudios es qué afecta a los votantes. Por dónde circulan las narrativas y las subjetividades que pueden llevar a la gente a moverse a favor o en contra de una determinada causa.

4 Un caso polémico y muy actual es la campaña que en noviembre lanzó la compañía de zapatos MD, cuyo eslogan “Están de muerte” muestra a mujeres muertas en la bañera o en la morgue, con un primer plano de los zapatos. Dicha campaña ha sido criticada por distintas organizaciones de mujeres en El Salvador y en Guatemala, por la trivialización que se hace del maltrato, la violencia y los asesinatos de mujeres ocurridos en la región.

En algunos países (en este estudio hemos encontrado casos en Guatemala, Honduras y El Salvador) el conocimiento de las audiencias en su mediación política contribuye a construir mensajes de un nivel de polarización muy fuerte. Se apela para ello a mensajes burdos y de muy poca elaboración. En un esfuerzo por hacer una investigación cercana al criticismo literario aplicado al ámbito amplio de los grandes medios masivos, varias investigaciones apuntan la manera como los mismos medios con sus noticias y los publicistas creadores de la publicidad conciben al espectador en relación con la elaboración del discurso sobre los jóvenes pandilleros, también se anota como, en el caso salvadoreño el discurso “anticomunista” se configuró de una manera exitosa y produjo su propia lógica en la recepción de dicha narrativa. Las *ciudadanías del miedo* circulan y se construyen desde la reafirmación de mensajes por un lado populistas, pero también peligrosamente fundamentalistas. Estos estudios buscan responder cómo es la recepción a partir de los mensajes que se producen. Qué niveles de polarización política existen en las sociedades centroamericanas que recién se recuperan de largos conflictos armados y que no han cerrado aún sus procesos de reconciliación. En algunos casos el mensaje produjo los efectos contrarios, como sucedió con el discurso sobre las pandillas en Honduras. Esta realidad pone sobre la mesa de discusión la distancia de los mismos espectadores sobre dichos mensajes, la manera como se establecen negociaciones desde matrices culturales que al mismo tiempo son de complejidad pero de resignificación y utilización de los planteamientos.

Un tercer ámbito del esperado mapa son los estudios de recepción propiamente dichos, pensados en su sentido más amplio, aparecen con mucha fuerza en la región ya en la década de los noventa, con la proliferación de las carreras de comunicación y, en parte, empujados por la necesidad creciente de estudios de graduación diferenciados. Esto lleva a que varias universidades produzcan estudios concretos y localizados con los jóvenes de pregrado aunque, como mencioné, los posgrados también empiezan a destacar, en los últimos 5 años. Las tesis que se han documentado trabajan de manera diferenciada desde los distintos enfoques señalados ya en los años noventa por Jensen y Rosengreen (1990), y retrabajados posteriormente por Guillermo Orozco Gómez (2002, 2001 y 2000): *Efectos de los medios, usos y gratificaciones, criticismo literario* (esta en mu-

cho menor medida), *La corriente de los estudios culturales y los análisis de audiencias*.

En general, los estudios de pregrado sobre recepción se han hecho desde los lenguajes más tradicionales (lectoescritura, radio y televisión) con un énfasis muy grande en el consumo televisivo y en la comunicación educativa. Los estudios sobre el consumo de la Internet, las tecnologías y la manera como los jóvenes se apropian de ella son todavía muy incipientes. Otro ámbito fundamental que me interesa destacar es que la preocupación por los estudios de recepción no se encuentra exclusivamente en la comunicación como disciplina; muchos de los trabajos encontrados y llevados a cabo por estudiantes se sitúan en el ámbito más amplio de las ciencias sociales: la psicología, la historia, la sociología y la antropología en muchos casos tiene aproximaciones novedosas que no solo amplían el horizonte de discusión teórica, sino que aportan nuevas metodologías para ir hacia las audiencias.

En este sentido hay un último ámbito, también esperado, que me interesa destacar y tiene que ver ya no sólo con los trabajos de los estudiantes de pregrado (y en menor medida de posgrado), sino, sobre todo, con la influencia que ha tenido en la región una nueva generación de profesionales de la comunicación y de docentes que se han formado en programas de posgrado (maestrías, doctorados y post doctorados) tanto en comunicación como en distintos ámbitos de las Ciencias Sociales. Estos profesionales con estudios en los Estados Unidos, México, Chile, Argentina, Colombia, España y Francia han impulsado en la región nuevas inquietudes epistemológicas y metodológicas que han enriquecido los estudios de audiencia y que han llevado a la región a dibujar algunos rasgos sobre las investigaciones desde su propia especificidad histórica.

El mapa des-esperado

¿Qué destaca en Centroamérica como ámbitos más desarrollados y específicos? ¿Cuáles son las primeras contribuciones encontradas en este mapa que empieza a dibujarse?

Se han llevado a cabo en estos años nuevos estudios de consumo cultural. Una aproximación en cierto sentido distinta a la que se lleva a cabo desde

las empresas de mercado. El intento de sistematizar y de llevar a cabo diagnósticos iniciales del consumo cultural en su sentido amplio y que sirvan como punto de partida para elaborar planes nacionales de cultura y nuevas políticas culturales pensadas desde el consumo real de la realidad de la región. Responder a esa vieja pregunta de *de qué hablamos cuando hablamos de cultura* ha sido un camino largo en nuestra región. Si bien un piano es parte de la cultura en aquellos países donde el piano en la casa es una realidad cotidiana para las grandes mayorías, en Centroamérica la cultura pasa por otros espacios. Entender y asumir que la televisión, la comida, la cumbia o la fiesta patronal; asumir las riquezas y las nuevas vivencias de lo popular son parte de este proceso. En El Salvador, se inició hace tres años un proceso de Diálogo Nacional por la Cultura (Concultura/Unimer 2007 y Concultura, 2007), que también se ha llevado a cabo con sus particulares matices, en otros países de la región, como diagnósticos culturales que permitan pensar las políticas culturales desde la recepción, desde las audiencias.

La apuesta no es por descentralizar la cultura (que también está esto implícito), sino, sobre todo, por quitar del centro la visión letrada de la cultura. El intento es mapear por dónde pasan ahora las narrativas de Centroamérica y desde qué historias nos contamos, con qué palabras, con qué medios decimos lo que somos. Superada la época de la “comunicación alternativa” o de los “medios pobres” una nueva estética se reinventa, y sin embargo, mantiene sus espacios críticos en los que los consumidores se vuelven productores, en donde el relato oficial se vuelve sólo el pretexto para la discusión: estos estudios van desde los diagnósticos globales, hasta la etnografía de realidades específicas sobre cómo se vive el hip hop y la cultura del graffiti en una Centroamérica donde la criminalización de los jóvenes se vive y se construye desde el Estado y cada vez con mayor fuerza. La investigación ha pasado por contar qué cabe dentro de las culturas populares y cómo estas recuperan procesos de memoria histórica que cuentan las revoluciones, las masacres, la guerra, pero también la migración y las nuevas discusiones sobre derechos humanos. Ciertos estudios y aproximaciones cuentan estos consumos y la producción-recepción que se da a partir de dichos procesos. De estos estudios hay dos temas que me interesa destacar como fundamentales:

Si la audiencia rompe con los cánones tiempo–espacio, como sostiene Guillermo Orozco (2001), pensar las audiencias es pensar, sobre todo, en nuestros países, los nuevos-viejos procesos de migración y las transformaciones que dichas movilizaciones están implicando en las culturas centro-americanas (Benítez, 2005). Estos estudios nos muestran cómo los medios y las tecnologías son *el Espacio* cotidiano de negociación de poder cuando la familia está aquí y allá; nos muestran cómo desde el teléfono celular se mantienen nuevas rutinas y ritualidades de vida cotidiana, se negocian y establecen nuevos roles, nuevas formas y nuevos espacios de ser, momentos donde el ausente se vuelve presente. Nuevas apropiaciones de la tecnología que ya no pasan por las categorías tradicionales de clase social o nivel educativo. Estudiar las audiencias en la migración es, en alguna medida, pensar en los nuevos límites y las nuevas fronteras que pasan por lo virtual.

La relación perversa que se establece entre las narrativas y los miedos que configuran nuestras sociedades y que se ha estudiado ya en otros países de la región. Desde Susana Rotker (2000) y Rossana Reguillo (2002), varios pensadores han señalado la relación entre las narrativas de los medios y los miedos como un ámbito fundamental. Pensar en Centroamérica es también recordar que en la región se encuentra el país del mundo donde hay más asesinatos violentos sin que exista un conflicto armado o una guerra evidente (El Salvador). Una serie de estudios se aproximan y nos muestran cómo son estos procesos de negociación entre las audiencias y los relatos del miedo, las nuevas ciudadanía del miedo que se construyen para el interés de políticos, de las nuevas agencias privadas de seguridad, de grandes mafias de narcotráfico y crimen organizado que encubren sus propias formas de violencia achacándola a jóvenes de pandillas que posteriormente se han vinculado al crimen organizado y han mutado a nuevas formas de violencia. ¿Qué sucede en esta interrelación entre el relato y lo que percibimos? Varios estudios trabajan este tema, destaco, por ahora, la experiencia individual llevada a cabo por una artista, pintora, Mayra Barraza, que en su blog “Cien días en la república de la muerte” recoge mucho de este tema. Durante cien días, la autora decide tomar las noticias sobre violencia, comentarlas y mostrar las víctimas y sus victimarios de otra manera. Su ejercicio provoca una interesante reacción que

puede ser seguida desde el sitio y que va desde la reflexión y la discusión, hasta la amenaza por visibilizar y discutir un problema fundamental para la región. La realidad de violencia obliga también a que los medios vuelvan a preguntarse por la manera como construyen el hecho noticioso de violencia; al final estas reflexiones llevaron a que, en El Salvador, desde el concepto de moda de responsabilidad social empresarial, se llevara a cabo un acuerdo en el que 14 medios de comunicación, de prensa, radio y televisión, firmaran un documento sobre el tratamiento de la violencia.

Coordenadas finales o para qué estudiar los estudios de audiencia

Retomo algunas afirmaciones que he venido discutiendo en otros espacios. Aproximarse al trabajo que se ha llevado a cabo desde las audiencias es un campo abierto de posibilidades. Se trata de recordar que la discusión metodológica no está agotada y que apenas inicia. Se trata de “pensar las relaciones comunicativas entre los medios y sus audiencias a través de una densa trama teórica, operacionalizada por una multimetodología, que de cuenta de la complejidad de fenómenos que ocurren en el circuito producción-mensaje-recepción, todos contextualizados en una realidad histórico-cultural” (Jacks, 2002, pág. 28).

Esto implica por supuesto niveles distintos de discusión. Por un lado, la sistematización de lo que hasta ahora se ha trabajado, pero, por el otro, el anclaje de las propuestas teóricas y de una metodología capaz de reunir lo mejor de distintas disciplinas para entender una realidad anclada en vivencias muy particulares.

Se trata de establecer un diálogo permanente. Se trata de una categoría que desde muchas otras disciplinas se puso en la mesa de discusión: el otro, el distinto a mí, el que desborda mis razonamientos y que se postula con autonomía frente a mi pensamiento. Porque los estudios de recepción tienen como protagonista al sujeto social que nos abre a su experiencia, como dice María Cristina Mata: “los destinatarios de los medios se volvieron productores: ya no receptáculos de sentidos preconstituidos, términos pasivos de operaciones de transmisión, sino sujetos activos de una compleja relación” (2001, pág. 183). Hacia ahí tendrá que dirigirse

la reflexión académica en Centroamérica, con la humildad necesaria, pero con todas las herramientas metodológicas que nos permitan, como ha dicho Ibáñez, a “pensar el pensamiento con el que pensamos”, reflexionar sobre lo que desde los medios se constituye, pero también cada vez más desde lo que las personas nos cuentan que sueñan, que gozan, que lloran y odian en esa interacción mediática.

Finalizo con el pensamiento de ese querido profesor, poeta y cronista colombiano, William Fernando Torres (2001), en su libro “Amarrar a la burra por la cola” se pregunta y nos pregunta:

vivimos atropellados por una incesante proliferación de tecnologías, imágenes, músicas e informaciones que nos trastocan. Entre estas mareas, huracanes, terremotos... ¿Cómo saber quiénes somos? ¿Para dónde ir?

Estos primeros mapas de los estudios de audiencia y la riqueza que nos aproximan a los sujetos son capaces de brindarnos elementos clave para responder a estas interrogantes.

Referencias bibliográficas

- Benítez, José Luis (2005). *Communication and collectives identities in the transnational social space: a media ethnography of de salvadoran immigrant community in the Washington D.C. Metropolitan Area*. Dissertation for de degree Doctor of Philosophy. Ohio University. EE.UU.
- Concultura/Unimer (2007). *Informe de resultados: Diálogo por la Cultura 2007*. Concultura. San Salvador.
- Concultura (2007). *Resultados consolidados del diálogo nacional por la cultura*. Septiembre de 2007 Concultura / PNUD / OEI: San Salvador.
- Jacks, Nilda (2002). “Historia de familia y etnografía. Procedimientos metodológicos para un análisis integrado”. En: Guillermo Orozco (comp.) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. (págs. 25-46).Norma. Bogotá.

- Jensen, Klaus y Rosenberg, Karl. “Five traditions in search of the audience”. En: *European Journal of Communication*. 5 (1990), págs. 207-238.
- Martín Barbero, J. (Julio de 2005). *Carta a los comunicadores centroamericanos que se reúnen en El Salvador*. Bogotá-San Salvador. (CD de Congreso)
- Mata, María Cristina (2001). “Interrogaciones sobre lo público”. En María Immacolata Vasallo y Raúl Fuentes Navarro (comps). *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*.(págs. 183-199) ITESO/UAG/UAC/UAA. México.
- Orozco, Guillermo. (2002). “Travesías de la recepción en América Latina”. En: Guillermo Orozco (comp.) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. (págs. 15-23) Norma. Bogotá.
- _____ (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Norma. Bogotá.
- _____ (2000). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Universidad Nacional de la Plata-Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C. Guadalajara.
- Reguillo, R. (2002). *El otro antropológico, poder y representación en una sociedad sobresaltada*. Análisi. N° 29. Disponible en: <http://www.bib.uab.es/pub/analisi/02112175n29p63.pdf>
- Rotker, S. (2000). *Ciudadanías del miedo*. Nueva Sociedad. Buenos Aires.
- Torres, W. (2001). *Amarrar la burra de la cola. ¿Qué ciudadanos intentar ser en la globalización? Una perspectiva Local*. (2ª ed.). Libros del Olmo. Neiva.

Audiencias y sociedad de información. Aproximaciones teóricas y metodológicas para el estudio crítico de audiencias y la Internet

María José Calderón*

En las últimas décadas, los paradigmas teóricos de la antropología y sus versiones más críticas como los estudios culturales han desarrollado un abigarrado conjunto de marcos teóricos para explicar los medios y la sociedad.

En América Latina, particularmente las nociones sobre producción cultural y medios de comunicación, se han revisado desde que las atraviesan lecturas propias de la hibridez, y su representación en menor medida la política (García Canclini, 1996; Martín Barbero: 1997).

Es preciso abrir los marcos metodológicos de interpretación cuando se trata de nuevas tecnologías, como la Internet o las tecnologías móviles. En este sentido, los usuarios de la Internet, llamados como los gestores de una esfera pública no regulada, deben ser reconocidos como audiencias expertas, resultado de un medio capaz de dotar a los usuarios de algo más que el análisis de gratificaciones instantáneas y respuesta inmediata.¹

Esta investigación busca encontrar una propuesta metodológica alternativa para entender las audiencias, sus rastros teóricos y su relación con las nuevas tecnologías de información y comunicación. Intento buscar una propuesta metodológica que abra un espacio para la comprensión de las relaciones de medios y audiencias y que otorguen relevancia a una me-

* M.A. Universidad San Francisco de Quito

1 *Users and gratifications* Thomas Staford and Lawrence Schkade. Metodológicamente, representa a variables sistematizables para identificar el comportamiento de usuarios como potenciales consumidores de Internet. Teóricamente, corresponde a una postura basada en el análisis cuantitativo y la facilidad de la sistematización que ofrece la arquitectura de la Internet.

todología y un estudio crítico de la comunicación con el Internet como nuevo medio.

Sin embargo, los estudios críticos sobre audiencias en América Latina son escasos y presentan un abigarrado tejido teórico, con una escasez de bases empíricas. Los estudios críticos de audiencias siguiendo el marco teórico de la universidad de Birmingham fijan pautas claves para el desarrollo de los estudios de comunicación desde hace aproximadamente 30 años.

La razón de buscar un marco metodológico para el estudio de audiencias en la Internet está ligada directamente con el tema de la recuperación de nuevas formas de representación política y en cierta medida una sensación de acústica global.

Tradicionalmente, las metodologías empleadas para entender a los medios han oscilado desde el tramado funcionalista norteamericano hasta las vertientes críticas de la escuela de Frankfurt y los estudios culturales ingleses. (Curran:1990, Morley:1992) ¿Qué queda de los análisis contemporáneos sobre la sociabilidad y los usos de las nuevas tecnologías? Al igual que sus predecesores, estos intentos, sin desmerecer su importancia, proponen los supuestos funcionalistas de *usabilidad* y *sociabilidad* tomando como punta de lanza la democratización y el poder que las nuevas tecnologías otorgan al usuario. Un análisis desde esta perspectiva, le da poder al texto por demás incluido en el debate marxista y post-estructuralista. Por otro lado, la utilización de metodologías funcionalistas le da poder a los estudios cuantitativos de encuestas y grupos focales en su mayoría.

Como un rechazo a esta postura, los estudios de audiencias y de audiencias “activas” emergieron cuando se descartó la pasividad de la audiencia. Y por primera vez, obligando a incluir en el parámetro de análisis la etnicidad, clase social y género.

En los espacios virtuales, estas diferencias son indirectas, pero no evidentes. La contribución de los estudios críticos de audiencia finalmente se limita a los problemas coyunturales del medio. Este mismo, ratifica nuevas dimensiones al enfrentarse con la aparente multi-vocalidad de la Internet.

Las audiencias de las nuevas tecnologías aparentemente desaparecen en un intento de homogenizarlos; no olvidando que las diferencias también se manifiestan aún en medios más democráticos como son los entornos sociales (social networking y otros espacios participativos de la web

2.0). El problema se mantiene y eso hace pensar hasta qué punto el medio determina a su audiencia y la limita.

El desarrollo epistemológico más grande ha sido el de Manuel Castells, para quien la sociedad de información se manifiesta en una compleja amalgama de fuerzas sociales, inicialmente de fuerzas dominantes inspiradas en una racionalidad instrumental. La misma que está dividida entre modos de producción y desarrollo, cuyos efectos son por un lado negativo y por otro positivo (Castells: 1996: 10-25).

Es justamente su definición del nacimiento de las nuevas identidades y redes que se manifiestan como una alternativa a la masificación de la lógica global capitalista. Lo que se presenta como reivindicativo de la comunicación electrónica tiene que ver directamente con el apareamiento de movimientos sociales y su relación con el espacio virtual.

Este ensayo busca relacionar el espacio virtual y los movimientos ciudadanos con una metodología que relaciona al medio y su audiencia para conocer efectivamente una manera más directa de entender sus alcances y medir su poder en la sociedad contemporánea.

Uno de los campos tal vez más estudiados en América Latina es su relación con el desarrollo de espacios virtuales de interacción social, entendidos como aperturas o intentos de construcción de esfera pública, en términos *habermasianos*.² Parto de una idea fundamental de los espacios virtuales: aquel que puede ampliar la capacidad de actuar en el mundo público de la política a través del espacio público virtual.

Para el tema deliberativo, sin embargo, me voy a referir a un estudio de caso y su relación con la formación de comunidades virtuales, los estudios de audiencias y mercadeo político en el Ecuador, paralelamente a su difusión en otras comunidades fuera del ámbito nacional ecuatoriano. Durante el último proceso democrático, se inició una campaña masiva para promover a los futuros asambleístas. Una de las estrategias más interesantes residía en la creación de blogs y/o sitios de movimientos sociales y otras organizaciones civiles que promovían el diálogo abierto.

2 En el Ecuador, por ejemplo, los estudios son escasos, existe una sistematización importante de la implementación de TIC's en los últimos años, como Karina Palacios: *Incidencia de las iniciativas TIC y NTIC en el fortalecimiento del espacio público rural en el Ecuador*. p. 150

¿Pero, qué clase de audiencias encontramos en este debate? Es justamente el perfil homogéneo de la comunicación por la Internet que alude a una sensación de “hegemonía global ciudadana”. Pero en cierta medida estas ilusiones pueden ser derrocadas, precisamente, por la incapacidad de este medio para reconocer al otro.

Alcances, evolución y reconocimiento de audiencias: de las comunidades virtuales a la sociedad global

El análisis de las audiencias tiene su raíz en la larga y extensa tradición etnográfica que pone de manifiesto una evolución en el análisis cualitativo vs. el grueso de la investigación cuantitativa. Resulta altamente interesante poder ver los cambios de los estudios cuya base etnográfica es de altísima calidad teórica y la falta de material empírico.³

En el caso específico de las nuevas tecnologías, el apareamiento de medios convergentes, ha sofisticado más el estudio de audiencias. Desde los últimos años, este fenómeno ha materializado casi simultáneamente la proliferación de expertos de los nuevos medios que vaticinan el principio de una nueva era y/o el fin de las investigaciones tradicionales sobre audiencias, finanzas y en general la economía global.⁴ La crítica abierta a esta tradición además de su falta de fundamentos epistemológicos fuertes, radica en su metodología abiertamente tecno-céntrica (Zheng: 2007).

Metodológicamente, la pregunta no es complicada. Los estudios de audiencia tradicionales toman en cuenta las aproximaciones cuantitativas y lecturas etnográficas contemporáneas que incluyen textualidad y la deconstrucción. Cuando el estudio cualitativo ingresa a la ecuación, estas

3 El texto clave de Stuart Hall *Cultural media studies* propone un modelo complejo y tomando de la semiótica, la crítica literaria, el psicoanálisis para elaborar uno de los modelos más influyentes en el análisis de la interpretación de textos mediáticos. Textos entendidos como el complejo conjunto de mensajes abiertos y cerrados que dependen de una participación mayor del lector del código. Los límites del medio radican en el lector del mensaje.

4 Particularmente cito el texto de Ian Angell: *The New Barbarian Manifesto* (2000) cuyo éxito de ventas y proyección mediática lo convirtió en un texto clave para los análisis de la economía y la sociedad de información al igual que el futuro del mercado global de tecnología.

variables se cruzan con otras más importantes como los hábitos de consumo y el contenido textual del mensaje.

Es tal vez recientemente que impulsados por la tradición epistemológica inglesa de los estudios culturales se vuelve a un interés cualitativo de la agencia de los sujetos, la diferenciación de las audiencias y la re-estructuración teórica de los “posts”⁵ quedando relegado el estudio de audiencias a la crítica epistemológica.

En esta crítica, la búsqueda de una alternativa al racionalismo instrumental deja de lado al otro y su relación con el medio. En nuestro estudio de caso, el espacio de diálogo virtual construido está delimitado por blogs (bitácoras), portales de discusión y las versiones electrónicas de sindicación de noticias (ecuadorinmediato.com). Los ejemplos para este análisis son los del forodemocratico.org y la estrategia de campaña en la Internet del movimiento ciudadano “la concertación”. En ambos procesos el alcance de las campañas personales y la difusión de las mismas mediante e-mails personales, y una des-automatización del proceso de entrega obligaba a los usuarios a responder de manera personal a las cartas de origen.

Es así como cada carta se respondía de manera personal. La campaña consistía en la difusión de cartas personales, firmadas por sus autores. A su vez, los 200.000 usuarios registrados y confirmados buscaban de alguna manera comunicarse personalmente con los generadores de información. En términos cuantitativos, se podrían medir el volumen de respuestas positivas y visitas a los vínculos de las cartas. Para el análisis cualitativo, el ejercicio metodológico de interpretar audiencias en un medio que aparentemente democratiza el uso de la palabra nos remite al texto como fundamento clave para la interpretación de la sociabilidad del medio. El tráfico diario contabilizaba 30 mil visitas confirmadas, al igual que el nivel de interacción, medido en foros, encuestas y libros de visita, que contabilizado activamente por el sitio, prometía resultados, fidelizaba seguidores y promovía a su vez mayor diálogo político. Sin embargo, esta

5 El artículo *International Communication, Ethnography, and the Challenge of Globalization* (2007) de Patrick D. Murphy y Marwan M. Kraidy, argumenta uno de los temas claves de los estudios contemporáneos sobre globalización y comunicación como parte de la agenda para el desarrollo de la investigación en comunicación.

apertura y vínculo con otros espacios de diálogo no significó una respuesta óptima en términos electorales. El resultante de un proceso comunicacional, vía la Internet, promovió una respuesta nacional localizada y cuya apertura permitió la continuidad de un foro abierto de varias tendencias. Encontramos, además, un eco de resonancia con otros sitios de mayor visibilidad, como el de *aporrea.org* cuyo papel en la difusión de las políticas de Hugo Chávez es conocido regionalmente.

La Internet, ciudadanía.

Una aproximación al espacio local en el Ecuador

Una de las características de expansión de este medio lo convierte no solo en una herramienta de difusión y de construcción de contenido en función de la socialización, interactividad y propuestas ideológicas.

Existen algunas reflexiones teóricas sobre las ventajas de la Internet en la expansión de un ideal democrático global (Castells, 1987-2002). Sin embargo, no podemos regirnos ante estas medidas, ya que están limitadas por espacios socio-económicos muy específicos como es, por ejemplo en nuestro caso, el acceso a conectividad.

La figura puramente comunicativa de lo público es la opinión pública. Ésta es entendida originariamente como la acción que se oponía a la práctica del secreto, propia del Estado absolutista, y será después el principio de la crítica como derecho del público a debatir las decisiones políticas. El debate ciudadano: espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso (Habermas: 1968, 125-145).

El fenómeno de socialización que permitió la creación de redes de asistencia globales, con fuentes de financiamiento bilaterales, desarrolladas en varios países en vías de desarrollo para mejorar, inicialmente, su capacidad de gestión.⁶ Las identidades virtuales generadas a través de los blogs y portales de opinión pública, generan círculos que permiten la interacción local (vía mensajes sms), la interacción regional (*Altercom*, *Voltairenet*) y la recreación de imaginarios globales (blogs, sitios inmigrantes, etc.)

⁶ Este es el caso de redes como *Alainet* e *Indymedia* entre las más antiguas.

El producto del trabajo de los últimos años en la consolidación de redes TIC's en el Ecuador va de la mano de proyectos profundamente arraigados en las campañas de difusión católicas, y más recientemente, la cooperación internacional para el desarrollo de TIC's, principalmente, en sectores rurales.

En este proceso, los portales de movimientos sociales se construyen como comunidades imaginadas transnacionales, donde la identidad de los actores se diluye en el discurso político (Norte vs. Sur, etc.). La comunidad transnacional virtual se construye en un estado paralelo entre la realidad y el simulacro (Ribeiro: 1998). La característica de estos portales y sus masivas listas de distribución es que se mantenían como medios unívocos.⁷

La Internet en este caso, confinado desde los orígenes a los márgenes del poder estatal y del mercado, tiene la potencialidad de cambiar la comunicación política y la naturaleza de la opinión pública. Sin embargo, en términos de libertad de expresión no significa necesariamente aumento de conocimiento. Paradójicamente, la naturaleza del medio, sin filtros tradicionales limita su legitimidad frente a otras instituciones cuyas interacción social es mayor. Si bien es cierto, la Internet es un espacio libre de debate donde la libertad de palabra prevalece, también es el espacio donde la legitimidad del discurso se desconoce; en efecto existen otras variables más pertinentes al análisis. Las relaciones de poder siguen legitimando los discursos en donde el medio y el mensaje están libres de distorsiones que caracterizan a otros canales de comunicación.

Toda innovación tecnológica es ambigua. Contiene igualmente una versión utópica y distópica de su evolución. Los optimistas ven a la Internet no sólo como un medio de comunicación capaz de revolucionar el proceso democrático, la naturaleza interactiva y la participación ciudadana en la expresión de opinión pública y gobernabilidad. La Internet podría mantener los ideales *habermasianos* de libertad de palabra e información, como los fundamentos por los cuales la opinión pública estaría formada.

⁷ El caso de mediación más completo es el del Ejército Zapatista de Liberación Nacional en México y sus redes globales al igual que *Acción Ecológica* y, sobre todo, la red de *Oil Watch*, que inició su red virtual desde 1994, generando no sólo una de las mejores campañas de lobbying difundida exclusivamente por la Internet en los EE.UU. sobre el caso *Huaroani* y *Maxus* (Calderón: 1998).

Pero queda todavía por ver en este espacio, la consolidación de una audiencia participativa transformada en sociedad civil conectada donde nuevas generaciones verán al medio escrito de la Internet como una manera más directa y democrática de asociarse frente a las limitaciones del mercado, las asimetrías de estas redes y proyectos políticos que limiten los cambios: leyes de propiedad intelectual, proteccionismo, falta de garantías para la conectividad y censura.

Estudios de audiencias y política. El medio puro y sus decepciones

Teóricamente, los estudios de audiencias para comunicación ofrecen una oportunidad heurística para comprender las implicaciones locales de la globalización y sus versiones locales (Appadurai, 1996; Mato, 2002)

El análisis etnográfico, que otorga a la observación participativa un papel preponderante, ubica también la necesidad de entender que el carácter global del medio presupone ubicar esta participación en un doble sentido. Aquel que reconoce el papel de la de-territorialización y desplazamiento del espacio virtual. Es preciso responder críticamente al proceso de la audiencia como parte de sus efectos más fundamentales, las industrias culturales y hacia el rechazo de la pasividad de los actores virtuales y la supuesta libertad de su participación.

Esta impresión de participación se puede revelar con el alcance de las estrategias y las respuestas de los usuarios. Si bien es cierto, la relevancia política y discursiva de la audiencia puede ser entendida por su posición socio-económica (tomando en cuenta que el nivel de penetración de la Internet en el Ecuador es bajo), también podríamos analizar a la audiencia desde las variables tradicionales como el género, nivel de ingresos y hábitos de consumo.

Pero, realmente, el espacio de diálogo aparente no es libre. La libertad de expresión constantemente coartada por la capacidad del medio en sí mismo de desdoblarse a los individuos en usuarios multívocos, obliga a no perder de vista el análisis crítico de la metodología. Inscritos aún más en las faltas hermeneúicas encontramos que la práctica etnográfica no se debe limitar a exaltación de voces finalmente liberadas por el medio. Las

resistencias tácticas presentes en los espacios virtuales, en donde las tensiones entre local, nacional y transnacional se vuelven evidentes.

La trayectoria de difusión y mercadeo de propuestas en nuestro estudio mantenía un carácter coyuntural. Su duración estaba marcada por el fin de una campaña electoral. Sin embargo, el éxito y posterior supervivencia del espacio dialógico radica en asumir los cambios más allá de la textualidad. Es decir, enfrentar al espacio textual, en este caso el denominado “esfera pública” virtual, como parte de las condiciones de vida humana y coyunturas históricas que profundizan los ejercicios analíticos textuales.⁸

Conclusiones

Los estudios de audiencias y la producción cultural deben mantener la rigurosidad crítica y epistemológica. Al mismo tiempo debe escapar de los modelos tecnocéntricos, y buscar una definición del tema global y la experiencia local.

Finalmente, el tema de la mediación debe ser abordado como parte de la sociabilidad y la construcción de ciudadanía. Lo que movemos en los estudios sobre medios y su eco en la agencia de los actores y la globalización son las limitaciones del medio.

Después del efecto inicial de envíos y respuestas masivas, el espacio quedó abierto para el diálogo. Más allá del proselitismo político, lo que reveló la experiencia de segmentar audiencias fue justamente la incapacidad de poder conocer a los usuarios mediante variables pre-determinadas.

Más allá que un instrumento útil para el análisis cuantitativo y la inclusión de variables poderosas para los estudios de mercado, las audiencias de la Internet poseen el privilegio que a la vez empodera al individuo y oculta las diferencias. Los ciudadanos podrían expresarse libremente en un espacio libre y que aparenta crear comunidades imaginadas⁹. Pero es el

8 El estudio de José Figueroa (2007) sobre la crítica a las metodologías etnográficas tradicionales para el caso del Caribe colombiano ha analizado la genealogía de la etnografía contemporánea frente a posturas de las ciencias sociales.

cuestionamiento de libertad que otorga la tecnología y su capacidad real de crear redes participativas reales.

Los espacios de diálogo virtuales y el reconocimiento de las audiencias pone de manifiesto la importancia de situar a los usuarios como actores políticos, provistos de discurso. La etnografía tradicional provee una base metodológica cualitativa que limita la agencia de los actores.

El espacio de diálogo virtual podría conformarse en el espacio deliberativo que otorgaría el derecho del público a debatir las decisiones políticas, como es el debate ciudadano: espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política, entre conflicto y consenso (Habermas: 1987; 1989; 1991)

Esta diferenciación de los espacios públicos de diálogo debe ser definida críticamente. El espacio de diálogo, no es necesariamente performativo y es preciso mantener a las audiencias con una postura crítica a su función con el medio.¹⁰ Es decir, el espacio público no regulado de la Internet debe ser concebido como un espacio de análisis crítico desde la premisa del medio y su función social. En el punto central del debate queda por ver la manera de abordar los usos del medio en la sociedad contemporánea. El giro etnográfico ha cambiado a las metodologías en análisis de medios durante los últimos 20 años. Este giro y la importancia de situarlo bajo una óptica global el día de hoy obliga a ubicar las diferencias antes que elogiar las capacidades del medio. Es preciso encontrar en las subjetividades y la crítica el poder transformador de los individuos y su agencia frente a este medio.

En este análisis la consonancia global de los estudios de comunicación internacional y nuevas tecnologías, nos remite a pensar en el espacio local como un centro de elementos simbólicos comunes, ampliados a la acústica global y la inmediatez del mensaje. Aún a pesar del ruido, se puede identificar al final de este proceso, que alta participación no significa cambios representativos. La cantidad de información no significa calidad. La

9 Alusión al ensayo de Benedict Anderson retomado por Arjun Appadurai, y sobre *scapes* (espacios/paisajes) y la capacidad de reconocer a la acción social sobre los medios como vectores de colectividades.

10 Una de las críticas más interesantes hacia la formación de una esfera pública deliberativa en América Latina, habla sobre imposibilidad de delimitación de la esfera pública y la esfera privada y una serie de mecanismos de inhibición que caracterizan a la "modernidad periférica", (Figueroa: 2007, 19-27).

oportunidad de responsabilizar y dialogar con las elites y el discurso hegemónico para indagar en un debate racional y crítico, no mantiene una duración ni resultados efectivos. Pero, sobre todo, la ilusión de un espacio público no regulado transforma a los usuarios de la Internet en actores políticos que buscan legitimarse en este espacio.

Los resultados de campañas promoviendo la organización ciudadana y el voto de asambleístas por la Internet, resultó en multitudinarias respuestas y altos índices de tráfico y respuesta. Inevitablemente, el uso de los sitios y el espacio de diálogo, no necesariamente se traducen en votos "duros", por lo que la respuesta por la Internet abrió la oportunidad de entender a una audiencia mucho más compleja, provista de una poderosa capacidad de articular variables en su trayectoria "virtual". La idea de democracia deliberativa libre y participativa en las carreras políticas obliga a repensar nuevos lineamientos teóricos para entender a las audiencias en el proceso de formación de opinión pública.

Mientras la sofisticación de los usuarios crezca, estas audiencias adaptarán su participación como actores en el escenario político regional. Esto significa que las redes ciudadanas tienen que poner mucho más atención en como transforman la participación en institucionalidad legítima. Con la Internet como su infraestructura política, los movimientos ciudadanos han logrado mantener una especialidad de-territorializada que obliga a repensar la representación y la participación política.

Referencia bibliográfica

- Appadurai, Arjun (2001). *La modernidad desbordada*. Fondo de Cultura Económica de Argentina. Buenos Aires.
- Martín Barbero, Jesús (1997). *De los medios a las mediaciones*. Convenio Andrés Bello. Caracas.
- Canclini, Néstor (1996). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalvo. México.
- Curran, James (1996). *Repensar la comunicación de masas*. Curran, J. Morley, K. Walkerdine, V. (Eds.) Estudios Culturales y Comunicación. Paidós. Barcelona.

- Deibert, Ronald J. (2000). *Internacional Plug 'n Play? Citizen Activism, the Internet, And Global Public Policy*. International Studies Perspectives. Vol 1.
- Figuroa, José Antonio (2007.) En prensa. “Realismo mágico, vallenato y violencia política en el Caribe Colombiano”. Tesis doctoral Department of Modern Languages, Georgetown University.
- Clifford, James and Marcus, George. (1986). *Writing Culture*_University of California Press.
- Lins Ribeiro, Gustavo. En: Arturo Escobar, Sonia E. Alvarez, (1997). *Cultures of Politics Politics of Cultures : Re-Visioning Latin American Social Movements*. Westview, 1998. Westview Press, Boulder.
- Mato, Daniel (2004.) *Políticas de identidades y diferencias sociales en tiempos de globalización*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad Central de Venezuela.
- Murphy, Patrick D. and Kraidy Marwan M. (2003). *International Communication, Ethnography, and the Challenge of Globalization*. Communication Theory, August.
- Said, Edward. (1978). *Orientalismo*. London. Routledge.
- Williams, Raymond. (1987). *Cultura y Sociedad*. Nueva visión. Saic. Buenos Aires.
- Zheng, Yingking (2007). *A structural conceptualization of Information Literacy: Reflections on Literacy on Rural South Africa*. Department of Management on information systems Group. Working papers. London School of Economics.

Cuarta parte:
TIC y Sociedad

El culto a la información, imaginarios sobre tecnología

Belén Albornoz

Introducción

No es gratuito que aceptemos sin cuestionamientos el surgimiento del paradigma de la Sociedad de la Información y el Conocimiento. En parte porque en la actualidad, parece difícil poder desligar el concepto de información de tecnología, y en gran medida, porque los computadores y la Internet parecen haber interiorizado una noción de desarrollo y modernidad en la mente del público, generando una serie de discursos, imaginarios y prácticas capaces de movilizar adhesiones y fidelidades al nuevo paradigma.

Para comprender cómo se van construyendo las representaciones de lo tecnológico en nuestras sociedades es necesario descubrir cuáles son los conceptos y percepciones que han contribuido a la formación de estos nuevos capitales simbólicos y los canales a través de los que tienden a legitimarse. Resulta clave comprender estas nuevas representaciones colectivas como hechos sociales que reconfiguran el modo en que los sujetos imaginan los artefactos tecnológicos como prismas para cambiar la mirada sobre la realidad.

La constante reproducción de las nuevas nociones sobre la tecnología genera una espiral de creencias que, poco a poco, parecen perder su relación con referentes locales. Así la búsqueda de la inclusión de los ciudadanos en la sociedad de la información está cada vez más enmarcada en un proceso de mitificación de lo tecnológico y en sus respectivas promesas de desarrollo y felicidad (Roszack 2006).

Los mitos por asociación empiezan de este modo a volverse visibles y a dejarnos entrever cuáles son las huellas que debemos seguir para empezar a deconstruir los discursos que sustentan la necesidad de adoptar lo digital como dogma sólo cuando se han adoptado unos modos de incorporar la tecnología. Como señala Lévy, “muy a menudo, en el momento en que deliberamos sobre los usos posibles de una tecnología dada, ya se han impuesto ciertas maneras de hacer. Antes que tomemos conciencia, la dinámica colectiva ha cavado sus surcos” (Lévy, 2007).

Puesto que la tecnología no es una entidad autónoma que por sí misma tiene la capacidad de determinar a la sociedad, sino una producción cultural capaz de condicionar socialmente a los distintos grupos humanos, su introducción en nuevos espacios sociales debe partir de un reconocimiento de la capacidad transformadora que conlleva, y no del apego a los determinismos tecnológicos. Identificar los diseños, coyunturas, proyectos, fuerzas de poder y posibles intencionalidades que se encuentran detrás de la tecnología puede colaborar a impulsar usos con sentido que deriven en mejoras para los sujetos que las utilicen y evitar de este modo caer en la trampa del simple consumo tecnológico.

¿Qué vuelve tan atractivo subirnos al tren de la Sociedad de la Información?

La ilusión de obtener a través del consumo de la tecnología el estatus de desarrollo de los países productores de tecnología. El problema de este razonamiento radica en la imposibilidad de entender que dicho desarrollo sólo es posible a través de la construcción social de lo tecnológico. Dando paso a lo que hemos llamado mitos por asociación: computadores en las escuelas igual a calidad de la educación, acceso a la Internet igual a inclusión digital.

Los imaginarios contruidos desde afuera

Si bien las creencias sobre tecnología que las personas de una sociedad determinada van consolidando se enmarcan en un proceso sostenido mediado por el mercado y las industrias culturales entre otros agentes, ciertos acontecimientos pueden determinar las dinámicas de construcción

de política pública sobre las TIC. Este es el caso de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) y de los planes de acción regionales derivados de la misma. Por una parte se declara a nombre del mundo entero el compromiso de construir una Sociedad de la Información y, por otra, se indica desde qué principios y actorías partirá dicha construcción.

Nosotros, los representantes de los pueblos del mundo, reunidos en Ginebra del 10 al 12 de diciembre de 2003 con motivo de la primera fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, declaramos nuestro deseo y compromiso comunes de construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas y respetando plenamente y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos.¹

Igualmente se define los roles de las “partes interesadas” y sus tipos de asociaciones:

- a) A los gobiernos incumbe la función de dirigir la formulación y aplicación de ciberestrategias nacionales exhaustivas, orientadas al futuro y sostenibles. El sector privado y la sociedad civil, en diálogo con los gobiernos, tienen una importante función consultiva en la formulación de esas ciberestrategias nacionales.
- b) La aportación del sector privado es importante para el desarrollo y la difusión de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en ámbitos como infraestructura, contenido y aplicaciones. El sector privado no es sólo un actor del mercado, sino que desempeña un papel en el contexto más amplio de desarrollo sostenible.

¹ Declaración de principios de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información

- c) El compromiso y la participación de la sociedad civil es igualmente importante en la creación de una Sociedad de la Información equitativa y en la instrumentación de las iniciativas para el desarrollo relacionadas con las TIC.
- d) Las instituciones internacionales y regionales, incluidas las instituciones financieras, desempeñan un papel clave a la hora de integrar la utilización de las TIC en el proceso de desarrollo y proporcionar los recursos necesarios para construir la Sociedad de la Información y evaluar los progresos alcanzados.²

El rol de sociedad civil desde la visión de la CMSI es más bien de tipo instrumental, limitando sus capacidades a la implementación de iniciativas. No se toma en cuenta las posibilidades ontológicas de construcción social de lo tecnológico, ni los derechos a propiciar modelos alternativos y originales como producto de las concepciones y metas de las propias comunidades. Da la impresión de que los representantes de los pueblos del mundo han empezado a delinear modelos a los cuales deben alinearse las distintas sociedades. El modo de lograr desarrollar estos modelos es introducir planificaciones más locales que se enmarquen en el proceso de la CMSI.

A nivel regional el proceso de la CMSI se plasma en el Plan de Acción sobre la Sociedad de la Información de América Latina y el Caribe eLAC 2007, donde se proponen una serie de objetivos y se trazan las metas a cumplir con sus respectivas medidas y plazos.

Los objetivos consensuados son: Acceso a la inclusión digital; Creación de capacidades y conocimiento; Transparencia y eficiencia Públicas; Instrumentos de política y Entorno habilitador.

El eLAC 2007 propone, por ejemplo, duplicar el número de escuelas públicas y bibliotecas conectadas a la Internet. Conectar a la Internet por lo menos a la mitad de los gobiernos locales urbanos y a un tercio de los gobiernos locales rurales, asegurando la capacidad del personal en materia de TIC en los gobiernos locales y alfabetizar en competencias de TIC, anualmente al menos al 2,5% de la población en edad de trabajar.

² Plan de Acción de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información.

Y, finalmente, se intenta generar políticas públicas nacionales que respondan a los principios de la CMSI. En el Ecuador, el proceso consultivo multisectorial denominado Estrategia para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (EDSI) tuvo por objeto analizar los distintos elementos que están comprometidos en la construcción de la Sociedad de la Información y proponer una estrategia nacional para el desarrollo de la misma, cuyo producto fue el Libro Blanco sobre la Sociedad de la Información en el Ecuador. Los motivos para dar inicio a este momento de consulta se explica del siguiente modo:

A pesar de que no han existido cifras y estadísticas claras y fidedignas de la real penetración de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el Ecuador y de la contribución de éstas a los índices de crecimiento y desarrollo del país, ha resultado evidente que ha existido un rezago frente a las estadísticas globales, e incluso frente a los promedios de la región.

Efectivamente, la penetración de la Internet en la población, el número de computadoras *per capita*, el desarrollo del gobierno electrónico, la adopción del comercio electrónico, son algunos de los referentes que han evidenciado un peligroso retraso del Ecuador frente a los nuevos paradigmas de desarrollo. Sin embargo, ese aparente retraso, reflejado en cifras de organismos regionales, contrasta con los niveles de gasto o inversión de los sectores público y privado en TIC y las altísimas tasas de penetración de la telefonía móvil en la población ecuatoriana.³

De este modo los imaginarios sobre TIC empiezan a ser configurados por fuera del sujeto. Aquella Sociedad de la Información que doctrinariamente sostiene “centrarse en la persona” termina prescindiendo de los sujetos y sus órdenes de organización, como la sociedad civil, para diseñar el nuevo paradigma. Interiorizando poco a poco imaginarios que favorecen la mitificación de la tecnología por asociación: el acceso como equivalencia a inclusión digital, la aplicación de las TIC en los gobiernos igual a transparencia y eficiencia de la función pública, gobierno electrónico/ democracia en línea.

³ Libro Blanco sobre la Sociedad de la Información en Ecuador

Cualidades políticas de los artefactos tecnológicos

Para comprender un poco más el alcance de los modelos que se están consolidando a nivel mundial queremos proponer una alternativa de análisis que nos permita conocer cómo las opciones que se adopten sobre tecnología pueden alterar o reforzar las estructuras sociales existentes. Esto es, estudiar los discursos que están detrás de las TIC a través de la relación artefacto – sujeto social.

Winner (1983), parte de la teoría de la política tecnológica para analizar los sistemas sociotécnicos a gran escala, la respuesta de las sociedades modernas a los imperativos tecnológicos y a los signos habituales de la adaptación de los fines humanos a los medios técnicos, identificando a ciertas tecnologías como fenómenos políticos en sí mismas. Primero, porque todo el proceso que conlleva a su invención y diseño se enmarca dentro de una estrategia para alcanzar un fin determinado dentro de una comunidad y; segundo, porque estas tecnologías, inherentemente políticas,⁴ son altamente compatibles con ciertos tipos de relaciones sociales. Afirmar que la tecnología implica desarrollo puede llevar a contestar que también implica exclusión, en especial si su razón de ser se debe a proyectos de dominio, poder y privilegios sobre los demás. No podemos sostener que las tecnologías son neutras y que sus usos sólo dependen de las sociedades que las apropian, gran parte de las tecnologías se producen calculando la lógica de esos usos y esperando unos efectos determinados. Detenerse solamente en la valoración de las tecnologías como herramientas o en los usos que se hacen de ellas, significa dejar de analizar las dimensiones políticas que intervienen en la planificación, diseño y desarrollo de los artefactos tecnológicos.

Para ejemplificar lo dicho, el autor explica el proyecto de desarrollo de Long Island en la ciudad de Nueva York planificado por Robert Moses entre los años veinte y sesenta, donde alrededor de doscientos puentes a desnivel se construyeron deliberadamente a menor altura de la habitual para evitar el paso de los buses de transporte público hasta Jones Beach,

⁴ El término “política” entendido según el autor, como “acuerdos de poder y autoridad en las asociaciones humanas y como actividades que tienen lugar dentro de dichos acuerdos”

favoreciendo la ocupación del nuevo espacio público (parques, avenidas y playas) por las clases medias y altas de la ciudad. En el que no sólo las características técnicas de los pasos elevados se negociaron con alcaldes, gobernadores, asambleas legislativas, bancos, prensa, sindicatos y opinión pública; sino también se impidió la extensión hasta la zona de otros transportes públicos como el ferrocarril de Long Island.

Para la adopción de un determinado sistema técnico (computadoras, acceso a la Internet y software) se requiere de la creación o existencia de un conjunto particular de condiciones sociales para que dicho sistema pueda funcionar, esto es, consolidar y resignificar las creencias que los sujetos mantienen sobre dicho sistema técnico.

Por ejemplo, en las políticas macro de introducción de las TIC, la tendencia es concentrar los esfuerzos en el área de infraestructura, lo cual implica hacer énfasis en las redes de conectividad, los puntos de acceso y el número de computadores por habitante. Y aunque en el plano declaratorio se trabaje sobre los usos y apropiaciones de las TIC, en la práctica, los modelos de infraestructura terminan consolidando imaginarios y experiencias determinadas.

En el Ecuador, las políticas de infraestructura han favorecido modelos de subsidio a la empresa privada para invertir en zonas no rentables a través de proyectos de implementación de telecentros. A pesar de que en el papel dichos telecentros ejercerían roles sociales, en la implementación los centros de acceso han terminado por convertirse en cybercafés que responden a las más elementales lógicas de mercado; donde la capacitación a la comunidad, los usos con sentido de la tecnología, y la apropiación social tienen remotas posibilidades de desarrollarse.

Este modelo de inclusión que responde al pie de la letra a los roles y asociaciones de los distintos actores propuestos por la CMSI termina potenciando proyectos donde la inclusión digital equivale a más usuarios y más consumo de telecomunicaciones, y no entornos facilitadores para el desarrollo sostenible de las comunidades.

Del mismo modo funcionan los imaginarios sobre gobierno electrónico. Los proyectos de gobierno en línea proponen nuevas miradas sobre la gobernabilidad atravesadas por lo tecnológico, planteando la cercanía de las autoridades a los ciudadanos, la difusión de la información relevante

al público, la transparencia de la gestión administrativa y la posibilidad de interactuar con los funcionarios públicos.

Por una parte, el diseño del gobierno electrónico del Municipio le ofrece al usuario información y servicios, y lo excluye de espacios interactivos como foros, chats, encuestas, listas electrónicas donde pueda participar de manera pública socializando sus contenidos con una comunidad de usuarios. Por otro lado, el mismo diseño configura la relación entre el usuario y la interfaz (en este caso el Municipio), lo destina a actuar en solitario frente a la pantalla, bien para informarse o para interactuar en los servicios que utiliza, y no le permite agruparse con otros usuarios virtualmente en torno a temas o inquietudes de interés ciudadano.

Así, un diseño que en principio parece basarse en términos de usabilidad y de gestión de la información, en realidad maneja discursos implícitos que subjetivamente marcan las relaciones entre el ciudadano y su gobierno. El diseño de este portal favorece la comunicación unidireccional de parte del Municipio al ciudadano a través de la información que se publica y la comunicación de doble vía en el área de servicios con interacción personalizada. Pero no favorece la creación de una comunidad virtual de usuarios ni su participación de la cosa pública, aunque el Municipio se plantea como objetivo el “incluir representantes de la sociedad civil en las deliberaciones y toma de decisiones en todos los programas y proyectos institucionales, con refuerzo técnico y rotación en las representaciones”⁵. El portal al no ofrecer canales de participación no favorece la democracia participativa ni tampoco plantea los mecanismos a través de los cuales los liderazgos locales pueden actuar en procesos de rendición de cuentas, o intervenir directamente para obtener mayor calidad y cobertura de dichos proyectos y programas (Albornoz 2007).

Y al final, el propio diseño tecnológico termina respondiendo a las lógicas políticas inherentes a la aplicación tecnológica (interfaz, diseño y arquitectura del sitio web), condicionando en gran medida los patrones sociales, los modos específicos de organización, autoridad y poder vinculados a los sistemas técnicos.

5 Plan Quito Siglo XXI: Estrategias de Desarrollo del DMQ al 2025 <http://www.quito.gov.ec/equinoccioXXI/quito.pdf>

¿Cómo entender la relación tecnología-sociedad?

Al momento se han logrado superar las teorías tradicionales que esencializaban la tecnología o la definían como autónoma y neutral, para comprender que la tecnología no puede ser analizada fuera de un contexto específico, ni al margen del componente político, social, cultural y económico de su propio diseño. Podemos afirmar que la tecnología carece de “esencia” y que está definida desde una relación particular, contextual y local con la sociedad (Feenberg 1991). Por tanto, no puede ser abordada como un ente autónomo independiente de los sujetos que la utilizan.

Una conciencia crítica sobre la tecnología se levanta desde los sesentas y setentas y nos ofrece una plataforma para cuestionarnos cómo lo social construye lo tecnológico y lo tecnológico lo social. Puesto que “las técnicas son portadoras de proyectos, de esquemas imaginarios, de implicaciones sociales y culturales muy variadas. Su presencia y su uso en tal lugar y en tal época cristalizan en unas relaciones de fuerza cada vez diferentes entre seres humanos” (Lévy 2007).

Por ende, es legítimo preguntarse cuáles son los proyectos que se vehiculizan a través de los intentos de masificar ciertas tecnologías en los países del tercer mundo. Cómo se plantea lo tecnológico frente a problemas como la superación de la pobreza. Quiénes son los autores del nuevo paradigma y cómo lo están construyendo. Y por último quiénes son los verdaderos beneficiarios de procesos como los antes mencionados.

La emergencia de la cultura digital amerita ser analizada desde los sistemas culturales que la componen y sus agentes, prácticas y entornos. No es posible realizar distinciones entre tecnología, cultura y sociedad como entidades separadas, sino como medios culturales materiales, simbólicos y organizativos capaces de delinear una cultura en su integridad (Lévy 2007).

Debemos poder cuestionar las consecuencias políticas de una mediación generalizada de lo técnico y encontrar aquellas prácticas donde hombres y mujeres actúan como agentes en la esfera técnica, aquella en donde se diseña, desarrolla e implementa la tecnología. Esto es, aprender a imaginar las tecnologías desde su propia fase de diseño y desarrollo y tratar de comprender cómo viajan las tecnologías de una sociedad a otra, no sólo

desde las propias prácticas y mercados, sino desde las estructuras sociales que las promueven.

Es necesario tener en cuenta que estamos adhiriéndonos sin control y sin cuestionarnos a sistemas tecnológicos que se caracterizan por el fetichismo y el consumismo (Veak 2000), anulando cualquier posibilidad de resistencia y de respuesta al uso de la tecnología desde nuestras propias realidades.

Referencia bibliográfica

- Albornoz, Belén (2007) *Experiencias andinas de gobierno electrónico: La problemática de la participación ciudadana*. FLACSO-Ecuador. Quito.
- Declaración de Principios Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0004!!MSW-S.doc Visitado 1 de septiembre 2007
- Feenberg, Andrew (1991) *Critical theory of technology*. Oxford University Press. Oxford UK.
- Lévy, Pierre (2007) *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. *Anthropos*. Barcelona.
- Libro Blanco sobre la Sociedad de la Información en Ecuador http://www.conatel.gov.ec/website/conectividad/sociedad/libro_blanco/libro_blanco_sociedad_informacion.pdf Visitado 1 de septiembre 2007
- Pimienta, Daniel (2007) Brecha digital, brecha social, brecha paradigmática http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/brecha_paradigmatica.doc Visitado el 12 de agosto 2007
- Plan de Acción Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información Ginebra 2003 Túnez 2005 http://www.itu.int/dms_pub/itu-s/md/03/wsis/doc/S03-WSIS-DOC-0005!!MSW-S.doc Visitado 1 de septiembre 2007
- Plan de Acción eLAC 2007 http://www.cepal.org/socinfo/noticias/documentosdetrabajo/8/21678/eLAC_2007_Espanol.pdf Visitado 1 de septiembre 2007

- Plan Quito Siglo XXI: Estrategias de Desarrollo del DMQ al 2025 <http://www.quito.gov.ec/equinoccioXXI/quito.pdf> Visitado 1 de septiembre 2007
- Roszack, Theodore (2006) *El culto a la información. Un tratado sobre alta tecnología, inteligencia artificial y el verdadero arte de pensar*. Editorial Gedisa. Barcelona.
- Winner, Langdom (1983) Do artifacts have politics? D. Mackenzie et al. (eds), *The social shaping of technology*. Open University Press. Philadelphia.
- Veak, Tyler (2000) *Whose technology? Whose modernity? Questioning Feenberg's Questioning Technology*. Science, Technology, & Human Values, Vol 25 N° 2. Sage Publications.

El móvil, artefacto ritual para exorcizar la otredad

Rosalía Winocur¹

*“Nuestra sociedad está inquieta. (...) Hay una inquietud,
una angustia, crispada al fondo de nosotros”*
(Duby, 1995: 13)

*“Miedo a lo invisible, en el fondo del hombre de hoy,
que vacila al sentirse impotente ante el destino”*
(Duby, 1995: 123)

Introducción

Datos recientes hablan de que en estos momentos 2.600 millones de personas tienen acceso a un móvil², lo cual significa que casi la mitad de la humanidad está conectada de alguna forma a través de un celular. A diferencia de otras tecnologías de comunicación donde el mercado marcó las tendencias del consumo, en el caso del móvil fue la adhesión inusitada y explosiva de los usuarios, la que puso a trabajar al mercado para generar

1 Departamento de Educación y comunicación. Universidad Autónoma Metropolitana. winocur@correo.xoc.uam.mx

2 Datos proporcionados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Por su parte, Movable World, una empresa de análisis de telecomunicaciones del Reino Unido, pronosticó con base en la demanda de los mercados emergentes de Asia y China, que a fines del 2007 más de 3 mil millones de personas tendrán un teléfono móvil. Su presidente, John Thysve, declaró: “Tomó unos 20 años conectar a los primeros mil millones de suscriptores, pero sólo 40 meses llegar a los 2 mil millones. El hito de los 3 mil millones se superará en julio del 2007, justo 2 años después”. www.cinit.org.mx

opciones de diseño y paquetes tarifarios para todos los gustos y diferencias socio culturales. Actualmente los hay muy caros con sofisticadas aplicaciones multimediales destinados a las elites informáticas, los ejecutivos, los ricos y los jóvenes con alto poder adquisitivo, y también los hay muy baratos y simples para los pobres, ancianos, amas de casa, indígenas e inmigrantes: “La mercadotecnia comenzó a entender que la industrialización de la cultura prospera si se hace cargo de las diferencias entre las naciones y las etnias, los hombres y las mujeres, si produce bienes diferentes para los de 60, 40, 15 y 8 años”, (García Canclini, 2007:7).

En la ciudad casi todos tienen un teléfono móvil, y si no lo tienen, aspiran a poseerlo aunque las personas con quienes desea comunicarse vivan a diez cuadras a la redonda. Esta aspiración, trasciende la pertenencia de clase, la inclinación sexual, las diferencias de género y generacionales, el grupo étnico o el capital cultural. La pregunta de rigor que se nos plantea, es ¿que fue lo que lo volvió tan necesario e imprescindible?

La bibliografía sobre el tema (Castells et al, 2007; Geser, 2004; Grant y Kiesler, 2001, Ling, 2004; Katz y Aarhus, 2002; Kopomaa, 2000) da explicaciones que ponen el acento, por una parte, en la descripción de los nuevos comportamientos que el teléfono móvil habría inducido o transformado en el ámbito del consumo, el ocio, la identidad, la sociabilidad, el espacio público, la familia y el mercado; y, por otra, en una marcada tendencia, implícita o explícita, de explicar estas conductas como un resultado directo del impacto de estas nuevas tecnologías en la vida cotidiana, como puede apreciarse en la siguiente cita:

La amplia difusión, el carácter personal, la translocalidad y la conectividad *always on*, no sólo han favorecido la implantación global de la telefonía móvil, sino que han hecho posible que su inserción en la vida cotidiana haya provocado notables transformaciones en numerosos aspectos de la vida social: coordinación de roles y tiempos, gestión de eventos, permeabilización de las fronteras entre trabajo, familia, ocio, establecimiento de redes sociales basadas en vínculos fluidos, coparticipación decisional, distribución de la responsabilidad, descentralización y desnormativización de las estructuras grupales, incremento del ocio translocal privado, hiperindividualización, desarrollo de la privacidad nómada en espacios públicos de interacción, incremento del impacto real de la participación

social nómada respecto de la Internet, privatización y fluidización de los espacios públicos de interacción, aceleración de los metabolismos social y de mercado, desplazamiento de la brecha digital al contexto intragrupal, (Aguado y Martínez, 2006: 338).

Sin negar los citados impactos y transformaciones, en este artículo vamos a privilegiar para la comprensión del fenómeno un sentido más trascendente de la comunicación y la sociabilidad, tratando de recuperar las condiciones sociales y culturales que hacen posible esta interdependencia con el celular, y no sólo como un efecto directo de la tecnología.

En el cine anterior a los noventa era muy habitual ver a los protagonistas con un cigarrillo en los dedos o en los labios, en las situaciones de espera, de placer, de nerviosismo, de tristeza, de terror, de nostalgia, de trasgresión, de furia, de incertidumbre, de tensión, de antesala o de seducción. A partir de los noventa lo que portan los personajes con mayor compulsión y adicción, es un teléfono móvil. Como dice el escritor Javier Marías: “Alguien debería poder explicar por qué provocan tanta adicción como el denostado tabaco, y mucha más incontinencia”, (2006:106). Es probable que las campañas anti tabaquismo, cada vez más agresivas y estigmatizadoras del fumador, hayan hecho lo suyo, pero el reemplazo del cigarro por el móvil no representa una simple sustitución de un ansiolítico nocivo para la salud por otro, que al menos no produce cáncer, sino que comporta una alta carga simbólica que es preciso desentrañar. Y esto nos lleva a preguntarnos: ¿Por qué se ha vuelto tan perentorio, indispensable y trascendente, estar comunicados a todas horas y en todos los lugares?, ¿Qué terrores, fantasmas, ansiedades y dilemas no resueltos –individuales y colectivos–, estamos depositando en esos pequeños aparatos, que clonan nuestras voces, amplían nuestros sentidos y siempre llevamos empuñando en las manos?, ¿Qué fragmentos dispersos de sentido en nuestra vida cotidiana están completando, amarrando, cableando o anudando? , ¿qué espacios vulnerables de nuestra fisonomía están deificando?, ¿qué fantasmas de la *otredad* están cubriendo bajo el manto protector que nos brinda el hecho de estar siempre comunicados con los nuestros; ¿qué balsamo de certidumbres domésticas nos proveen en cada repiqueteo cuando suenan en la desesperación del tráfico, la circularidad de la *fila*, la im-

potencia frente a la *ventanilla*, o el anonimato de nuestros gestos y palabras en la muchedumbre?, ¿Qué cordón umbilical reestablecen entre los que atravesaron la frontera escondidos en camiones, o se lanzaron al mar en frágiles pateras, y sus familias que se quedaron desolados y temerosos, esperando ansiosos la llamada que les confirmará que los suyos no se los tragó el océano o el desierto, ¿Qué universos de sentido encierran las síntesis crípticas de los mensajes, cuando los jóvenes renuncian a explicitarlos en términos convencionales?, ¿qué actos rituales están inaugurando o reforzando en las nuevas y viejas tribus urbanas?³.

El móvil como dispositivo imaginario para mantener bajo control la incertidumbre

La vida cotidiana está hecha de certezas e incertidumbres, de seguridades y de amenazas, que se mueven por igual en un plano real e imaginario. Las primeras, destinadas a controlar las segundas, provienen de la familia tradicional o “reinventada” (Beck-Gernsheim, 2003), del hogar físico con sus extensiones virtuales, del consumo rutinario de los medios, y de los trayectos y espacios cotidianos vinculados con el trabajo y el esparcimiento. Certezas que buscamos y ratificamos cuando acudimos a los mismos bares, restaurantes, cines y teatros, bancos, y supermercados. No es sólo una cuestión de distinción, también necesitamos reconocernos en “gente como uno”, lo cual ocurre muy a menudo cuando nos encontramos con amigos o compañeros del trabajo o de la universidad, pero básicamente cuando nos encontramos con aquellos que aún siendo desconocidos se nos parecen en la forma de comprar, de hablar, comer, reírse, dirigirse a la cajera del banco, o de tomar a su pareja por el brazo.

Paradójicamente, las incertidumbres provienen de los mismos ámbitos donde se constituyen las certezas. Las provocan los procesos de transformación que sufre la familia tradicional, la dispersión y mudanzas de sus

3 Esta ponencia intentará responder a algunas de estas interrogantes, a partir de una investigación de carácter socio-antropológico en la Ciudad de México, sobre las prácticas y las representaciones de hombres y mujeres pertenecientes a universos sociales, culturales y simbólicos diversos,

miembros; la erosión de la autoridad parental; la deslocalización del ámbito doméstico, la amenaza de perder el empleo o de no conseguir empleo; el deterioro de la calidad de vida, y las imágenes que proyectan los medios sobre lo que está fuera de nuestro control: el tráfico, la delincuencia, la degradación del medio ambiente, las catástrofes naturales, las guerras fratricidas, el calentamiento global y la amenaza nuclear. Particularmente estas últimas, como bien lo expresa Ulrico Beck, instalan en todas las sociedades “el poder invisible de los riesgos” como una amenaza que atraviesa en mayor o menor medida a todas las clases sociales:

Las certezas de las sociedades de clases son las certezas de la cultura de la *visibilidad*: el hambre contrasta con la saciedad, los palacios con las barracas, la pompa con los harapos. Estas evidencias de lo palpable ya no valen en las sociedades del riesgo. Lo visible queda a la sombra de las amenazas invisibles. Lo que se sustrae a la perceptibilidad ya no coincide con irreal, incluso puede poseer un grado superior de realidad amenazante, (1998:51).

El teléfono móvil es clave para mantener la cohesión imaginaria de estos espacios seguros donde habitan nuestras certezas, porque nos permite exorcizar a los fantasmas de la *otredad*, cuando no cubre bajo el manto protector de estar siempre comunicados con “los nuestros”. En la mayoría de las ocasiones no lo usamos para ampliar nuestras redes de conocidos o entablar nuevas relaciones, como sucede con la Internet, sino para no perder el contacto con los nuestros, un circuito de afectos y reconocimientos mutuos que excluye a los *otros*. Como bien lo expresa Silverstone, los medios actúan cada vez más “como profilácticamente sociales, por cuanto se han convertido en sustitutos de las incertidumbres habituales en la interacción cotidiana, al generar incesante e insidiosamente los como si de la vida diaria y crear cada vez más defensas contra las intrusiones de lo inaceptable o lo inmanejable” (Silverstone, 2004:17).

La *otredad* la constituye todos aquellos que amenazan real e imaginariamente nuestras certezas, y ésta a menudo se disfraza de extranjero, inmigrante, delincuente, chavo banda o indígena, porque ellos encarnan todo lo que tememos: quedarnos sin casa o trabajo, vivir lejos de nuestras

familias, perder los afectos, sufrir el desarraigo, o extraviar la brújula de nuestras frágiles identidades. “Este extranjero distante es el invasor absoluto, engendra más temor que el vecino que agrede” (Duby, 1995:60). Y esto no sólo porque compiten por las fuentes de trabajo o los servicios sociales, sino porque nos recuerdan lo vulnerables que somos frente a las contingencias naturales o provocadas por el hombre.

El hombre se siente entregado a lo indefinible, experimenta su contingencia y finitud. Traducida esta descripción a la experiencia cotidiana del ciudadano medio supone tener que hablar de millones de personas que enfrentan a un mundo que se vuelve inestable, que enfrentan el desencanto y el crecimiento de la incertidumbre que se canaliza en la búsqueda de respuestas al menos a lo inmediato de la vida. Un ciudadano que desde su sentido común enfrenta el entorno social de la época, un entorno donde estar protegido es también estar amenazado; y ello, porque nuestras sociedades son sociedades de individuos que no encuentran, ni en ellos mismos ni en su medio inmediato, la capacidad de asegurar su protección. (Reyna y Andión, 2006:2).

En este panorama de incertidumbre donde el pasado no puede asegurar el futuro, el hoy, el día a día, se vuelve omnipresente. De ahí la desesperación por amarrar el presente, única cosa que sentimos que puede ser controlada actualizando, nombrando y recreando permanentemente los vínculos afectivos, porque si dejamos de hacerlo sentimos que se diluyen o corren graves riesgos de perderse:

(El celular) se ha vuelto una necesidad más que un lujo, ya no es una ventaja o una desventaja el tenerlo o no tenerlo, es más bien cuestión de cuanto necesitas estar comunicado con las personas que te rodean... (Guadalupe. 51 años. Directora de secundaria.)

En estas condiciones de desasosiego, el celular constituye un bálsamo tranquilizador porque permite amarrar virtualmente a los “nuestros” en tribus de pertenencia constituidas en redes de familias, amigos, empleados, compañeros de trabajo, clientes, alumnos o pacientes:

(...) El día que se me olvida el celular, ando por la vida histérica ¡Ando sin teléfono! ¡Estoy desesperada!, me desespera no traer y es que a mis pacientes los monitoreo por el celular o ellos ya también, (...) entonces necesito un celular. ¡Vivo del celular!. (Elizabeth. 27 años. Odontóloga)

La necesidad de estar permanente e instantáneamente en contacto, no es una consecuencia automática de las nuevas tecnologías, ni tampoco nació con ellas, sino de la experiencia urbana de *ser* y *estar* en la ciudad de los últimos 30 o 40 años. Cuando la distancia y el tiempo no mediaban de forma tan contundente la comunicación en la familia, y el adentro y el afuera no marcaban tan dramáticamente la separación entre lo seguro y lo inseguro, estar en contacto significaba dar un grito desde la cocina para anunciar que ya está lista la comida, caminar tres cuadras para llevar y traer los hijos a la escuela, viajar o caminar 20 o 30 minutos para llegar al trabajo o al cine, y ausentarse por cortos y, sobre todo, previsibles lapsos de tiempo del hogar. Todo esto en un esquema que depositaba en la figura materna la centralización y la organización de la vida doméstica y en la figura paterna la provisión del sustento económico. Obviamente, el panorama ha cambiado. En la mañana temprano toda la familia se desplaza a su trabajo o a sus actividades, en muchos casos también la madre que se ha incorporado plenamente al mercado laboral. La única certeza cotidiana es el momento de salir de la casa, pero de ahí en adelante, real y fantasmagóricamente, cualquier cosa puede ocurrir.

El tráfico, que se ha constituido en sí mismo en un universo cotidiano de sentido de la experiencia urbana (Winocur, 2002), las distancias (vivir en el sur y trabajar en el norte) porque ahí nos tocó vivir y trabajar, “sólo los privilegiados pueden escoger que el trabajo les quede cerca de la casa”; la inseguridad que se ha instalado como una sombra, siempre acechando nuestros movimientos y nuestros pasos; y el aumento de los tiempos requeridos para trasladarse, provocan una sensación de desamparo e incertidumbre en las familias. El tiempo de espera está fuera de control, no sólo porque ha aumentado considerablemente y transcurre en escenarios cambiantes y amenazadores, sino porque se ha vuelto caprichoso e imprevisible:

(...) de repente descubrí que cuando olvido el móvil me siento como desprotegida. (Guadalupe. 51 años. Psicóloga. Directora de secundaria).

En la perspectiva planteada, la necesidad de checar permanentemente a los hijos, no sólo representa una estrategia de control de sus pasos, sino una recreación de la disponibilidad inmediata que existía cuando éstos pasaban mucho tiempo en el hogar. El teléfono móvil constituye una recreación imaginaria de la intimidad del hogar, la familia o de la pareja, y también un seguro de vida en situaciones de emergencia. En el móvil no sólo se pregunta dónde estás y a qué hora vas a llegar, sino también la receta de cocina, se encarga algo de la tienda, o estando en el supermercado se corrobora si falta tal o cuál cosa, se cuentan chismes de último momento, o se avisa de algo que está pasando en la tele o en la radio, los niños preguntan a las mamás por la tarea, o dónde se encuentran los zapatos limpios, o los padres divorciados pueden comunicarse con sus hijos sin la mediación de la “ex”:

El móvil ha marcado mucho la relación que tengo con Daniel (su hijo), como casi nunca nos vemos, generalmente estamos en contacto por el móvil, por lo mismo le compré un teléfono, (Juan, maestro, 48 años, subdirector escuela secundaria).

Claro, que esta comunicación tiene sentidos distintos para los padres y para los hijos. Los padres necesitan establecer una “correa digital” (Ling, 2002), con el objeto de que sus hijos estén disponibles y visibles para calmar la ansiedad del afuera que no pueden controlar desde el adentro:

Lo uso desde los 19 años porque mi mamá me quería radiolocalizar (risas), pues ahora sí que es una correa a larga distancia porque mi mamá quería saber dónde andaba, cómo estaba”, (Mónica. 26 años. Diseñadora de páginas Web).

Y los hijos, aunque reconocen esta necesidad de los padres, y en muchos casos les sirve para ampliar las concesiones de horarios o cambiar los acuerdos preestablecidos, necesitan por una parte marcar distancia de sus padres, y por otra, estar disponibles y visibles en un entramado virtual que

conecta el mundo *off line* y *on line* en sus propias redes de pertenencia a través del teléfono móvil, el *Messenger* y el correo electrónico, y que literalmente deja a fuera a sus padres:

Antes de bañarme conecto el cargador del móvil, mientras me cambio veo la tele, aunque no hay mucho que ver, así hasta que salgo de casa como a eso de las 8:30. Cuando estoy en el autobús, escucho el aviso de que llegó un mensaje, es mi amiga Lupe queriendo saber si ya estoy en camino para que desayunemos juntas. Pues así fue todo el camino, mensajando con Lupe, con Paul, mi hermano y con Jorge. (Ivonne Raquel, 25 años, Lic. en Comunicación Social, empleos eventuales).

La tensión entre la necesidad paradójica de aumentar el grado de autonomía sin perder las certezas que brinda la pertenencia a una red de protección familiar, se expresa en una especie de pacto de simulación que se instituye a través del celular (Fortunati y Manganelli, 2002), donde los padres simulan tener el control de sus hijos y los hijos simulan la independencia de los padres, todo ello sin conseguirlo plenamente. Este pacto de simulación, que también es una condición de inclusión y visibilidad dentro de una red de pertenencia, le exige a sus miembros que estén siempre conectados, disponibles y localizables. Hay dos frases que se han popularizado cuando se inicia la comunicación con el celular y que son altamente significativas: ¿Dónde estás?, ¿por qué no respondías el celular? o ¿por qué lo traías apagado? Salvo que se tenga una buena excusa y que, además sea creíble, ¿quién se puede dar el lujo de apagar el celular y no ser sospechoso de infiel, desconsiderado con la angustia de los suyos, o de estar ocultando algo? La renuncia a estar visible también puede ser interpretada en clave de alarma: sufrió un accidente, fue víctima de la delincuencia, o simplemente está deprimido. La visibilidad es la condición de la existencia, de la integridad física y mental, y de la lealtad a la familia, la empresa o al grupo de amigos.

No me gustaba, lo empecé a usar por insistencia de la familia, porque a veces yo si me tardaba y me trataban de localizar y no había forma, (...) entonces como yo no lo compraba, ellas me la regalaron, una de mis hijas dijo: “Aquí está, para que ya no haya pretextos”. (Francisco. 57 años. Preparatoria. Empleado en fábrica)

En el caso de la Internet, las personas pueden mantener una relación de mayor independencia o prescindencia con los canales que brinda el correo electrónico, el Messenger, las comunidades virtuales o el Skype. Se tolera que alguien no conteste enseguida o simplemente no conteste, que decida entrar y salir de una comunidad, que decida o no participar de un foro, que chatee o no en un foro. Pero esta situación no está autorizada para el teléfono celular. Varias investigaciones muestran que las personas viven con ambigüedad su dependencia del celular. Sienten que al mismo tiempo las libera y las esclaviza... (Katz y Aarhus, 2002; Seguí Dolz y Gil Juárez, (2006).

Mi esclavizador, creo que no hay manera de esconderse del mundo, desde que uno tiene celular. (Guadalupe. 51 años. Psicóloga. Directora de secundaria.)

Es la esclavitud en tu bolsillo, no puedes huir a menos que lo apagues (...)(Luís. 53 años. Empresario.)

En la Internet las personas sólo reconocen la propiedad del equipo de cómputo, a lo sumo de su cuenta de correo, pero se representan a la red como un espacio público, ilimitado, abierto, de información, que posibilita relacionarse o coquetear con desconocidos o conocidos, salir y entrar cuantas veces se lo desee sin sufrir condena, sanciones, marginación. Por el contrario, el móvil siempre define un ámbito de redes privadas, personales y locales. A diferencia de la Internet difícilmente alguien pueda integrarse a una lista de contactos del móvil de otra persona si no fue presentado, derivado, autorizado o recomendado.

El móvil para ejercer un acto de domesticidad en el espacio público

Varios autores (citas) sostienen que los escenarios de esta red han trascendido a los espacios domésticos y fijos enclavados en lo local, ahora se ejercen en lugares cambiantes, en movimiento y rompen con todas las definiciones de carácter formal que establecían los límites de lo que era una comunicación privada, familiar, íntima, respecto a una pública, laboral,

escolar o institucional: “El móvil se presenta como una tecnología capaz de producir esferas de espacio virtual de interacción en espacios sociales, insertando “privacidades nomádicas en espacios públicos”, (Fortunati, 2000; Aguado y Martínez, 2006:333).

No obstante, el centro regulador y gravitacional de estas “privacidades nomádicas” que se ejercen en el espacio público, sigue siendo el hogar sedentario, y todavía, en muchos casos, bajo el cobijo de la madre:

Estoy siempre en casa. A mí siempre me recibe el teléfono (risas) yo soy la dueña de la base.(...) Nada más recibo la llamada y hago llamadas, (Graciela. 59 años. Carrera comercial. Ama de casa. Iztacalco)

Lo que ha cambiado son las estrategias para asegurar su preeminencia y supervivencia. Tradicionalmente el hogar constituía el punto de partida y de retorno de la familia. Y estos dos momentos se organizaban alrededor de rituales cotidianos como esperar la llegada del padre y de los hijos para cenar, comentar los acontecimientos del día, o ver las noticias. Pero desde que se ha vuelto tan complicado e incierto asegurar el retorno a una cierta hora, y en muchos casos simplemente que se produzca, la familia necesita actualizar el sentido de estos rituales a todas horas: ¿Dónde estás?, ¿Qué haces? ¿Con quién estás?, ¿Cómo te fue hoy?, ¿Qué comiste?, ¿A qué hora vas a llegar?

El celular hace lo que antes no podías, comunicarte con la persona que está en la calle, fuera de casa o de la oficina (Guadalupe. 51 años. Licenciatura en Psicología. Directora de secundaria. Tlalpan)

La preocupación siempre se expresa como el temor de que en el camino ocurra algo que les impida regresar, de ahí la necesidad de estar checando los pasos de los hijos, fijándolos en un punto en el espacio (dónde estás), y la angustia que produce cuando no atienden o apagan el móvil:

Eso de que puedas localizar a una persona, que no sabes qué onda con ella, yo me estreso a veces sino sé donde está Olga o Rebeca, que no llegan y digo: “Ay, pero ¿les habrá pasado algo?” Y les llamo y es de; “si,

mamá, estoy bien, que me atrasé por esto, estoy bien”, y eso pues a mi me tranquiliza mucho. (Olga. 55 años. Profesora de secundaria).

En el sentido expuesto, cuando los miembros de una familia se comunican en el espacio público, más que un acto de publicidad del espacio privado, ejercen un acto de *domesticidad* en el espacio público. Al atender el móvil en un lugar público se desconectan de las miradas del exterior y se conectan con la intimidad del espacio familiar o de la pareja. No pareciera haber ninguna preocupación por quién escucha o la opinión que se forme de nuestra conversación en los espacios *anónimos* del autobús, el restaurante o el supermercado.

A su vez, los demás, en realidad no escuchan. La conversación del otro les resulta familiar y ajena al mismo tiempo, familiar porque reconoce las mismas rutinas y preocupaciones domésticas de su vida diaria; ajena, porque no son las suyas, y no se sienten interesados ni involucrados en su contenido, algo así como escuchar por el cubo del edificio los ruidos y conversaciones de los vecinos.

No obstante, cuando suena un móvil en ciertos espacios colectivos de trabajo, en el cine, el teatro o la iglesia, sin lugar a dudas se percibe como una molesta intromisión o descortesía. Sin embargo, el estatus de lo público no se revierte, ni para quién atiende la llamada ni quiénes son testigos de la acción. El cine sigue siendo para todos un espacio público de ensoñación y disfrute que, además, requiere el silencio cómplice de una comunidad de espectadores. De ahí que cada vez más surgen mecanismos de regulación autogestivos como el chistido o la mirada recriminatoria para imponer silencio al trasgresor. Muchas empresas ya obligan a sus empleados a dejar el celular en una mesa fuera de la sala de juntas, los profesores exigen que el celular se apague antes de entrar a clase. Los hospitales, los bancos prohíben su uso dentro de sus instalaciones.

Esta cuestión plantea un asunto interesante acerca del estatus que asume lo público y lo privado con estas interrupciones constantes de voces que gritan asuntos domésticos, personales o laborales, sin ningún pudor en espacios que tradicionalmente se asumen como de uso colectivo, pero, sobre todo, anónimo. Lo que produce molestia no es la alteración del sentido de lo público (que para todos sigue siendo público, inclu-

so para quienes interrumpen con sus asuntos personales e intimidades domésticas), sino la irrupción de las individualidades en espacios de la ciudad cuya condición pública se construyó en el anonimato.

El teléfono móvil, nuestra segunda piel empuñada hacia los otros

Entre 1988 y 2006, la famosa modelo Naomi Campbell recibió tres demandas por haber golpeado a sus asistentes con el teléfono fijo, el teléfono móvil y la agenda electrónica, respectivamente, (Aguayo, 2006:64). Podríamos pensar que en el momento de la furia la famosa modelo agredió a sus asistentes con un teléfono celular porque era lo “que tenía a la mano”, o simplemente “en la mano”, el caso es que el teléfono fue usado como un artefacto para agredir y no para comunicarse, o más precisamente para “comunicarse agrediendo”. Está claro que la mayoría de nosotros no usamos el celular para agredir físicamente a los demás, no obstante nos gustaría señalar que éste no sólo es un recurso simbólico para afianzar nuestras redes afectivas o laborales, sino también para ejercer nuestra cuota de poder cotidiano. Este pequeño aparato, que sintomáticamente tiene forma alargada y no redonda, no sólo lo usamos para comunicarnos sino también lo empuñamos para señalar, reprender, acompañar nuestra gesticulación, o lo manipulamos compulsivamente para jugar, revisar o mandar mensajes de texto. Incluso, una película reciente, muestra como la protagonista, originalmente frígida, se masturba con el vibrador de su teléfono móvil y de esa forma alcanza el orgasmo.

El celular alberga y sostiene nuestras redes, nuestros contactos, y nuestros afectos, pero también expresa poder sobre nuestro cuerpo y el cuerpo de los otros, sobre nuestro tiempo y el tiempo de los otros, sobre nuestros territorios reales, imaginarios y virtuales. Si alguien recibe muchas llamadas o mensajes, o no recibe ninguna, expresa no sólo su pertenencia, sino su control sobre el sistema de redes. El poder simbólico se mide por el acceso a la información clave en la red y también por la lista de contactos disponibles. Los contactos, no sólo hay que tenerlos sino también exhibirlos. Se trata de un capital social cuya eficacia se mide en el tamaño de las redes y también en las reciprocidades virtuales: “Te mando una foto

de la última vez que estuvimos juntos. Me mandas un tono de celular que no tenga nadie. Te bajo una canción para que se la pases a todos los del grupo”.

El celular también marca territorios de inclusión y exclusión, cuando las personas deciden a quién atienden o a quién no, cuando cuchichean para evitar que los otros se enteren del contenido de la conversación, o cuando hablan en voz alta para marcar un territorio o exhibir la extensión o la solidez de una red de pertenencia. No queda la menor duda cuando alguien está incluido dentro del circuito de la comunicación del otro y cuando no. Dentro de este esquema de poder el celular también se usa para castigar a los nuestros, negándoles la fuente primaria del control de la incertidumbre. Todos hemos experimentado alguna vez la frustración de que el otro no está disponible a nuestro requerimiento de comunicación perentoria, y la necesidad de marcar compulsivamente para revertir el acto de exclusión. Concientes como estamos de lo imprescindible que se ha vuelto estar siempre visibles para los otros, podemos ejercer el poder de incomunicarlo, simplemente desconectando el teléfono, no atendiéndolo o pasándolo al buzón.

Conclusiones

A diferencia de otras tecnologías el uso del teléfono móvil sufrió un proceso de reapropiación simbólica por parte de sectores sociales diversos, que en un principio no estaban incluidos como públicos objetivos por las grandes empresas de telecomunicaciones, como los pobres, los indígenas, los inmigrantes, los ancianos o los niños. Por lo cual en la última década pasó a ser un objeto de lujo, ostentación o esnobismo entre las clases más pudientes, a ser un objeto indispensable. Se produjo un “desmoronamiento progresivo de las fronteras en las calificaciones sociales de este soporte, que han recorrido este itinerario: interesante-útil-conveniente-necesario-imprescindible”, (Vilchez, 2000:3). El tránsito de lo *snob* como sello de distinción, a lo imprescindible como símbolo de pertenencia y seguridad se explica porque éste aparato se volvió clave para mantener la cohesión imaginaria de los espacios seguros donde habitan nuestras certe-

zas, porque nos permite exorcizar a los fantasmas de la *otredad*, cuando no cubre bajo el manto protector de estar siempre comunicados con “los nuestros”.

El teléfono móvil representa una extensión del hogar y, consecuentemente, del ámbito privado. La escena de los móviles repicando y las personas hablando a través de estos aparatos en el tren, el autobús o el metro, ya es parte de la estética global de las nuevas formas de visibilidad y comunicación. Sin embargo, los asuntos que tratan son de orden estrictamente personal, familiar o laboral, y eso le imprime a la comunicación digital un rasgo *cultivadamente* local. “La revolución del móvil hay que entenderla no desde la ‘movilidad’ sino que este aparato es fundamentalmente personal, privado, para uso local y para relaciones de tipo afectivo”, (Lorente, 2002:16).

Cuando los hijos y los padres están fuera de la casa, el modo más habitual de comunicarse es a través del teléfono móvil. Antes también lo era el teléfono, pero lo que ha cambiado es el sentido de la comunicación y de la disponibilidad. La ansiedad de “no estar localizable” o la necesidad de “estar permanentemente localizable” no se relaciona tanto con la compulsión por privatizar, interrumpir o invadir el espacio público (Wellman, 1999), –como sostiene mucha de la bibliografía y el sentido común–, sino con la necesidad de extender el anclaje doméstico y familiar en el espacio público como una forma de contrarrestar la incertidumbre, y de llevar consigo las certezas.

Referencia bibliográfica

- Aguado, Juan Miguel y Martínez Inmaculada (2006). *El proceso de mediatización de la telefonía móvil: de la interacción al consumo cultural*. Revista Zer. Pp. 319-343.
- Aguayo, A. *Quitadle el móvil a Naomi Campbell*. *El País*, 01/10/06, p. 64
- Andión Eduardo y Reyna Margarita (2006). “El consuelo de la fe” Ponencia presentada en el III Coloquio Departamental del Departamento de Educación y Comunicación. UAM X.

- Beck, Ulrich (1998). *La sociedad del riesgo*. Paidós Básica. Barcelona.
- Duby, Goerges (1995). *Año 1000, año 2000. La huella de nuestros miedos*. Editorial Andrés Bello. Santiago.
- Fortunati, L. (2000). *The mobile Phone: New Social Categories and Relations*. http://www.telenor.no/fou/prosjekter/Fremtidens_Brukere/seminarer/movilpresentasjoner/Proceedings%20_FoU%20notat_.pdf
- Fortunati Leopoldina y Manganelli Anna María (2002). “El teléfono móvil de los jóvenes”. *Revista de Estudios de la Juventud*, N° 57, 2002. Pp. 59-78. Madrid.
- García Canclini, N. (2006). “La modernidad en duda”. *Análisis de la Encuesta Nacional de la Juventud 2005*. Instituto Nacional de la Juventud.
- García Canclini, (2007). *Lectores, espectadores e internautas*. Gedisa. Barcelona (en prensa)
- Haddon, Leslie (2002). “Juventud y móviles. El caso británico y otras cuestiones” *Revista de Estudios de la Juventud*, N° 57, 2002. Pp.115-124. Madrid
- Havelock, Eric (1963). *Preface to Plato*, Cambridge, Massachussets, London. The Bolknep Press, Harvard University.
- Katz, James E.; Aarhus, Mark (2002). “Introduction: Framing the issues” *Perpetual contact. Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Ling, Rich (2002). “Chicas adolescentes y jóvenes adultos varones: dos subculturas del teléfono móvil” *Revista de Estudios de la Juventud*, N° 57, 2002. Pp.33-46. Madrid.
- Ling, Rich (2004). *The Mobile Connection. The cell Phone's Impact on Society*. Morgan Kaufmann Publishers. San Francisco.
- Lorente, Santiago (2002). “Juventud y teléfonos móviles: algo más que una moda” *Revista de Estudios de la Juventud*, N° 57, 2002. Pp.9-24. Madrid
- Quevedo, Luis Alberto (2007). “Portabilidad y cuerpo. Las nuevas prácticas culturales en la sociedad del conocimiento” Ponencia presentada en el *Seminario sobre Desarrollo Económico, desarrollo social y comunicaciones móviles en América Latina*. Fundación Telefónica. 20-22 de abril. Buenos Aires.
- Marías, Javier (2006). “Adicción e incontinencia”, *El País Semanal*, N° 1569, 22 de octubre.
- Seguí Dolz, J. y Gil Juarez, A. (2006). “Teléfonos móviles: ¿Ángeles o demonios? Reflexiones para un análisis Psicosocial desde la Noción de tecnologías de relación” Observatorio para la Cibersociedad. III Congreso Online.
- Vílchez, Luis F. (2000). “Análisis de pautas educativas familiares en el uso del teléfono móvil”. Ponencia. www.fedap.es/congreso_/trabajos/c132.html

Cibercultura y las nuevas nociones de privacidad

Belén Albornoz

La cibercultura entendida como el conjunto de sistemas socio-técnico-culturales que tienen lugar en el ciberespacio (Lévy, 2007: XV) empieza a transformar los imaginarios y los discursos de los cibernautas a través de saltos e interacciones constantes entre la interfaz y el “mundo real”. Las prácticas *en línea* comienzan de este modo a desbordar la virtualidad y a irrumpir en la realidad de los sujetos más allá de lo imaginado.

Las transformaciones que estamos presenciando en estos estados de *zapping actitudinal* entre lo virtual y lo real van configurando nuevas nociones del “ser” y novedosas expresiones y modos de representación del sujeto en línea.

La Internet más que una tecnología de comunicación va constituyéndose en la tecnología de representación por excelencia del nuevo siglo. Donde la inicial construcción ficcional del yo, que caminaba de la mano con el anonimato, está siendo sustituida por la reconstrucción y el reconocimiento del sujeto en sus prácticas virtuales.

Si bien el anonimato no ha desaparecido y más bien se ha constituido en una práctica apoyada por padres de familia, periodistas y otros actores sociales como un modo de proteger a personas que pueden correr riesgos si se exponen en la web; el surgimiento de la web 2.0 está potenciando la exposición del sujeto y su entorno sin más mediaciones que la interfaz. Las prácticas de subir videos de la familia y de los amigos a Youtube, o de recrear los momentos y los encuentros personales más importantes en Myspace, Hi5 o Facebook tienen implicaciones que merecen ser analizadas.

Las nuevas formas de representación que estamos presenciando en la web están contándonos cómo los cibernautas están modificando nociones que fuera de la web parecen no cambiar. Este punto de quiebre entre el mundo real y el virtual se hace evidente cuando analizamos las nociones de privacidad que circulan en el ciberespacio y su contraposición fuera de la interfaz.

Primeras consideraciones

No caer en la tentación a considerar lo virtual y lo real como categorías opuestas.

En primer lugar porque la cultura digital es en gran medida una extensión de la cultura fuera de la interfaz, donde lo virtual en realidad propone “otra” experiencia de lo real que nos obliga a “una mejor comprensión de los lazos y nudos que enlazan las realidades y las apariencias, las ilusiones y los síntomas, las imágenes y los modelos”. Lo virtual no sustituye a lo real, lo representa, es un laboratorio de experimentación ontológica que nos obliga a renunciar al apoyo de las apariencias y nos vuelve cazadores de lo real en bosques de símbolos (Quéau, 1995).

En segundo lugar porque no es posible separar tecnología, cultura y sociedad como actores autónomos e independientes, puesto que esto significaría entender lo humano independientemente de su entorno material y de los signos e imágenes que dan sentido a su vida y a su mundo. “Por lo mismo, no se puede separar el mundo material –y aún menos su parte artificial– de las ideas a través de las que los objetos técnicos son concebidos y utilizados, ni de los humanos que los inventan, los producen y se sirven de ellos” (Lévy, 2007). Por tanto, la línea que divide los mundos reales de las realidades virtuales tiende a difuminarse con los avances de las capacidades de simulación que nos ofrece la tecnología y su respectiva apropiación por parte de los sujetos, provocando nuevos imaginarios y ofreciendo espacios a nuevas experiencias que no serían posibles sin los adelantos tecnológicos.

Algunos pasos en la construcción de mundos paralelos

Una forma de comprender las ideas que capturan la imaginación de la cultura es el estudio de la manipulación de ciertos objetos que las acompañan. Entender cómo ciertas ideas se han naturalizado en la cultura popular implica explorar sus artefactos tecnológicos, no desde sus diseñadores y desarrolladores, sino desde las maneras en que son experimentados por los públicos. “Los ordenadores no se estarían convirtiendo en unos objetos culturalmente poderosos si la gente no se enamorara de sus máquinas y de las ideas que las máquinas comportan” (Turkle, 1997:63).

Así se inicia el intercambio entre los condicionamientos del artefacto tecnológico y la construcción social del mismo. Los artefactos tienden entonces a reproducir o a reconstruir las ideas vigentes. Tal es el caso de la estética del computador que recoge, por ejemplo, algunas de las características de lo posmoderno señaladas por Jameson: la preferencia de la superficie por encima de la profundidad, de la simulación por encima de lo real y, del juego por encima de lo serio (Jameson, 1995). El poder que el artefacto ejerce sobre los sujetos puede también ser explicado por la capacidad de juego, experimentación y evocación que contiene.

La simulación entonces parece ser una de las principales puertas de entrada para ocupar los espacios virtuales y llenarlos de contenidos. En un principio los chats públicos, las listas electrónicas y más tarde los MUD¹, Hi5, Myspace, Youtube, Facebook entre otros, se configuraron como espacios de socialización, de construcción de identidad, de juegos de rol y de desarrollo de redes sociales.

Por una parte, la simulación implica el aislamiento físico y la intensa interacción con otras personas (o artefactos, tal es el caso de los avatares de inteligencia artificial), y por otro lado, la vida en la pantalla no tiene referentes físicos simples, es decir, en el simulacro se trabaja con copias de cosas que ya no tienen originales en el mundo real. Estas transformaciones funcionan como un anillo de Moebius donde los imaginarios sobre lo real y lo virtual se intercambian constantemente. Los juegos de simula-

¹ MUD abreviatura para *Multiuser Dungeon* (mazmorra multiusuario). Son entornos de realidad virtual que deben su nombre a los primeros entornos de este tipo que se basaban en el juego de aventuras “Dragones y mazmorras”.

ción van configurando de este modo mundos paralelos donde el anonimato, la privacidad, la credibilidad, la confianza tienen versiones diferentes a las del mundo fuera de la web.

No todo en la web es simulación, sin embargo sus interfaces han provocado desde el inicio la adopción del anonimato y las posibilidades de construir personalidades ficticias. El grado de anonimato puede variar en el uso de los espacios virtuales y en las intenciones que están detrás de los mismos. Y del mismo modo, el grado de anonimato tiene una influencia muy importante en nuestra conducta pues ‘conduce a la desinhibición o relajación de los límites normales que nos impone la sociedad’. De igual modo el anonimato se vuelve vital el momento de experimentar con nuestra personalidad en Internet, se pierde la sensación de mentira y se adquiere la de aventura y exploración. Interesa por ende, conocer qué se siente jugar con la identidad, experimentar roles distintos y ver cómo reaccionan los demás.

“Sin la mentira, la humanidad moriría de desesperación y fastidio, escribió Anatole France en los años veinte. Si lo contrario también fuera cierto y las mentiras provocaran entusiasmo y alegría, habríamos encontrado una razón para el atractivo de Internet. Las características del mundo de la red dan pie a una amplia gama de representaciones y juegos de rol, engaños, medias verdades y exageraciones, sobre todo porque el anonimato y la ausencia de señales visuales y auditivas lo permiten y, al mismo tiempo, nos aíslan de las consecuencias. Y aunque, en el fondo, en la red no somos tan anónimos, la distancia física y la poca presencia social hacen que nos sintamos menos inhibidos, más a salvo de ser descubiertos y un poco menos sometidos al dominio de nuestro superego”. (Wallace, 1999: 25).

Goffman denomina juego de información al ciclo potencialmente infinito de ocultaciones, descubrimientos, falsas revelaciones y redescubrimientos a través de los cuales dedicamos inmensos esfuerzos en producir y sofisticar la imagen que queremos dar a los demás sin que ellos sepan lo mucho que nos requiere (Goffman, 1959). En la Internet el juego de información es más flexible por la opacidad del medio y por la posibilidad de cambiar de interfaz si el juego no va bien. Los chats y foros ofre-

cieron las primeras ventanas de experimentación en los inicios de la web, actualmente, con el desarrollo de la web 2.0 los nuevos MUD como Second Life se han convertido en los referentes de los juegos de rol y por ende, del anonimato en la web.

El caso de Second Life

¿Es el anonimato realmente posible?

Second Life es un “mundo virtual” creado en el 2003 por Linden Lab, una corporación privada con sede en los Estados Unidos de Norteamérica. Tiene más de 7.7 millones de “residentes” o avatares² y más de diez mil personas ingresando como residentes al día desde todas partes del mundo.

Second Life es un caso de estudio desde su creación por la diversidad, veracidad y pasión que sus usuarios aplican al juego. Sin embargo, este espacio virtual es mucho menos inocente de lo que parece y por ello ha sido analizado por el Electronic privacy information center de Washington en el 2007 en los aspectos referentes a derechos de la privacidad.

La “existencia virtual” en Second Life toca verdaderos asuntos de privacidad de los avatares y sus usuarios dentro y fuera del juego, tal es el caso del anonimato y la reputación de los avatares y su habilidad para controlar quién y cuándo está mirando. Pero los avatares son sujetos de vigilancia de Linden Lab, de compañías de marketing e incluso de la policía, quienes vinculan las identidades (en línea y fuera de ella) y sus comportamientos sin que los residentes tengan ningún conocimiento de ello. Lo que vuelve a Second Life especial es que además de ser un juego, el mundo virtual ofrece un aspecto económico significativo. Los usuarios de Second Life pueden comprar propiedades sobre las que pueden construir estructuras. Y aunque los residentes no son “dueños” de la propiedad, pueden obtener derechos de propiedad intelectual sobre las estructuras

² Avatar es una representación virtual creada por el usuario, a través de la cual es conocido por los otros usuarios en los mundos virtuales.

que construyen y pueden venderlas en el mercado. Actualmente se manejan aproximadamente 241.000 USD en transacciones diarias de moneda virtual “Linden dollars”.

La investigación sobre leyes de privacidad y desarrollo realizada por el Electronic privacy information center de Washington revela que en Second Life se ha incrementado la prostitución y el uso de drogas porque “en sus segundas vidas las personas se atreven a tomar riesgos que jamás imaginarían en sus vidas fuera de la web. En particular, la gente puede desarrollar partes de su identidad que no se atreven a desarrollar en la vida real”. Sin embargo, a pesar de la sensación de anonimato que tienen los residentes al actuar a través de sus avatares, sus acciones siempre están bajo el ojo de Linden Lab.

El interés por simular en Second Life es tan grande que compañías como IBM han abierto sus sedes en el mundo virtual, ciertos países como Suecia han inaugurado embajadas y se han trasladado las campañas políticas desde el mundo real hasta esta interfaz. Pero estos fenómenos se basan en el poder de la información que Linden Lab les suministra para que puedan posicionar sus productos y objetivos entre los residentes. Se permite en definitiva enormes interferencias en lugares que se consideran íntimos por los usuarios.

Aunque existe un marco de privacidad de datos que el usuario de Second Life firma al volverse residente, Linden Lab es dueño de realizar los cambios al compromiso legal a su entero arbitrio, sin consentimiento del usuario. Linden automáticamente utiliza *cookies*³ durante el proceso registro de los nuevos usuarios para obtener información personal que incluye los datos entregados en el registro, el tipo de *downloads*⁴ que el usuario realiza, foros a los cuales pertenece, listas de preferencia de correo electrónico; los mismos que retiene incluso después de que el usuario abandona Second Life. Además utiliza como jurisdicción el país en donde los datos son almacenados (USA), adquiriendo la autorización de sus

3 Cookies son pequeños textos de archive que se colocan en el browser de las computadoras de los visitantes de un Sitio web con el objeto de almacenar información sobre datos personales y preferencias del usuario.

4 Download es el acto de bajar información que está publicada en la web a través de archivos y carpetas.

usuarios a transportar los datos personales desde sus países hacia el país donde son almacenados, logrando de este modo evadir cualquier demanda sobre privacidad de los usuarios que se inscriben en el resto del mundo.

En el contrato de privacidad, Linden se compromete a no revelar los datos personales de sus usuarios a menos que se le solicite colaborar con un proceso legal; necesite proteger y defender los derechos de propiedad de Linden Lab; tenga que proteger con urgencia la seguridad del website del usuario, de los residentes de Second Life o del público en general.

- Las ilusiones de privacidad

Linden ofrece a sus residentes una serie de opciones para maximizar su privacidad, les permite optar por aparecer *offline* cuando algún otro residente les busca, ocultar su estatus en línea y su lugar de origen incluso de residentes que han sido añadidos como amigos por el usuario, crear islas privadas para no ser encontrados. Sin embargo, los residentes no tienen opción a ocultar sus actividades del escrutinio de otros residentes que tienen el nivel de acceso de constructores.

Según la investigación realizada sobre leyes de privacidad y desarrollo realizada por el Electronic privacy information center de Washington en septiembre del 2006, Linden indicó a sus residentes que sus sistemas de seguridad fallaron y que fue víctima de acceso ilegal a la información de sus usuarios sin indicar qué tipo de información fue comprometida. Fue una investigación particular la que determinó que se había accedido a la base de datos de pagos, comprometiéndose los nombres de sus residentes, sus direcciones, información de contacto e información de pago encriptada. Pudiéndose vincular los avatares con las identidades reales fuera de la web y dejando a los residentes como posibles víctimas de chantaje o de acoso en el ciberespacio entre otras consecuencias.

¿Cómo varían las nociones de privacidad en Internet?

Mientras Second Life está más enfocado en un público adulto, existen otros espacios que son más abiertos y utilizados por un rango de edades

más flexible como Hi5 o Facebook y, espacios dedicados exclusivamente para niños como el Club Penguin que consiste en un mundo virtual para niños y es parte de la compañía Walt Disney.

Tanto Second Life como Club Penguin utilizan avatares y basan la estructura del espacio en juegos de rol por parte de sus usuarios. Second Life no restringe los usos del mundo virtual, pero Club Penguin es moderado por jóvenes mayores de 18 años y que viven en Canadá. En ambos mundos las nociones de privacidad están marcadas por el anonimato y la posibilidad de construir identidades a través del juego.

Sin embargo, Hi5 o Facebook son espacios destinados, en principio, a relacionarse con otros a los que se ha conocido fuera de la web. Y este primer elemento de confianza en el sitio virtual y en los posibles visitantes del sitio del usuario es el que desencadena los tipos de uso del mismo.

El “juego de información” se inicia y la construcción de la imagen que queremos presentar a los demás empieza por el ofrecimiento de grandes cantidades de información sobre el sujeto: su foto en el registro, los álbumes de fotos que se cuelgan en línea para compartirlas con otros, los comentarios que los otros nos envían y que permanecen en el perfil del usuario y que pueden, por ende, ser leídos por cualquier visitante. Sin ninguna percepción por parte del sujeto, sus nociones de privacidad empiezan a desdibujarse. Cualquier usuario de Hi5 jamás entregaría a extraños en la calle fotos de su familia o fotos personales, por ejemplo. Pero en línea, lo hace constantemente sin mantener relación con sus conductas fuera de la web.

La naturalización de la sobre exposición de los usuarios en la web merece ser estudiada, incluso en los mundos virtuales de juegos de rol. Pues en ninguno de los casos parece importar demasiado los riesgos que se corren al entregar datos personales. Puesto que no se han presentado demandas colectivas por invasión a la privacidad en el caso de Second Life, ni siquiera luego de que se hizo público que hubo una falla en el sistema de seguridad y que los datos personales quedaron expuestos en línea.

De alguna manera, esto se explica a través de la cesión de la autoridad del sujeto a la simulación y a la aceptación de la opacidad del medio. Starr lo explica del siguiente modo “los juegos de simulación no son objetos para pensar sobre el mundo real sino para provocar nuestra

reflexión sobre cómo el mundo real se ha convertido en sí mismo en un juego de simulación” (Starr, 1994: 19-29). Ningún usuario se pregunta por las reglas del juego, simplemente se adhiere, del mismo modo que muchas veces se adhiere a las condiciones políticas y las estructuras del mundo real.

En los mundos virtuales, incluso en aquellos como Facebook, los usuarios se someten al diseño del sitio, se configuran a sí mismos siguiendo las pautas que el sistema les ofrece, en definitiva, también participan de un rol determinado, sólo que más imperceptible. ¿Cómo entonces se mantiene la adhesión al rol? A través de lo que Holly Giffin denominó “regla de la conservación de la ilusión” que consiste en que los jugadores se mantengan dentro de sus personajes y olviden que el contexto (en este caso, el espacio virtual) es una simple ficción (Giffin, 1984).

La facilidad con la que se aceptan los juegos de rol se vincula a los juegos infantiles y al uso de la metáfora en la web. Desde pequeño el sujeto se inicia a través del juego en personificar distintos caracteres, las posibilidades de simulación empiezan mucho antes de conocer la web, generando destrezas que luego son replicadas en línea. El éxito de Internet es que ofrece espacios de simulación que apelan a las habilidades previas del usuario para adaptarse a escenarios ficcionales. Y es justamente en la aventura del desdoblamiento que se pierden, entre otras, las nociones de privacidad que tanto valoramos fuera de la web.

Por esta razón, el momento de “jugar” firmamos los contratos que nos permiten ingresar al juego sin prestar mayor atención, sin leerlos siquiera, porque la atracción de obtener gratificaciones inmediatas es mucho más poderosa que el celo por nuestra privacidad.

Estos son los antecedentes que nos han motivado a desarrollar una línea de investigación sobre cómo las prácticas virtuales que aparentemente se inician en la interfaz saltan al mundo fuera de la web para reconfigurar los *juegos de información* de los sujetos y de qué modo *los juegos de simulación* no comienzan ni terminan en la web como bien lo anota Starr. Es nuestra intención transformar lo familiar en extraño, romper la dicotomía sujeto-tecnología y trabajar la ambivalencia realidad/virtualidad como producto humano (Bauman, 1990). No podemos continuar alimentando las visiones esencialistas de la tecnología y su autonomía de lo social

y lo cultural (Feenberg, 1999), pues ello sólo conlleva a dejar fuera de nuestro alcance y conocimiento importantes dimensiones de nuestra existencia.

Bibliografía

- Bauman, Zygmunt (1990). *Thinking Sociologically*, Oxford, Blackwell
- Electronic Privacy Information Center Washington DC USA (2007) *Privacy and human rights 2006. A survey of privacy laws and developments*, London, Privacy International.
- Feenberg, Andrew (1999). *Questioning Technology*, New York, Routledge.
- Giffin, Holly (1984). "The coordination of meaning in the creation of shared make-believe reality" en *Symbolic Play*, Nueva York, Academic Press.
- Goffman, Ervin (1959). *The presentation of self in everyday life*, Garden City NY, Doubleday.
- Hine, Christine (2005). *Virtual Methods Issues in Social Research on the Internet*. Berg Publishers. England.
- JAMESON, Fredric (1995). *El posmodernismo o la lógica cultural del modernismo avanzado*, Barcelona, Paidós.
- LÉVY, Pierre (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, España, Anthropos.
- QUÉAU, Philippe (1995). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*, Barcelona, Paidós.
- STARR, Paul (1994). "Seductions of Sim: Smart Machine" en *The American Prospect* N° 17.
- TURKLE, Sherry (1997). *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.
- WALLACE, Patricia (1999). *La psicología de Internet*, Barcelona, Paidós.

Sitios web visitados:

- Club de Fans Latinoamericano del Club Penguin
<<http://www.clubpenguinla.co.nr/>> Visitado el 10 de diciembre de 2007
- Club Penguin
<<http://www.clubpenguin.com/>> Visitado el 10 de diciembre de 2007
- Facebook
<www.facebook.com> Visitado el 12 de diciembre de 2007
- Hi5
<www.hi5.com> Visitado el 12 de diciembre de 2007
- Foro Gobernanza de Internet. Río de Janeiro noviembre 2007
<http://www.intgovforum.org/Rio_Meeting/IGF2-EmergingIssues-15NOV07.txt> visitado el 15 de noviembre de 2007

Este Libro se terminó de
imprimir en septiembre de 2008
en la imprenta Crearimagen.
Quito, Ecuador