

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Publicación trimestral
Edición diciembre 2011
Números: 116
Llamada de trabajos: mayo 2011
Aprobación de trabajos: junio 2011
Cierre de edición: noviembre 2011

Comité Editorial

- Fernando Checa Montúfar, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador, director general del CIESPAL.
- César Ricardo Siqueira Bolaño, docente e investigador de la Universidade Federal de Sergipe (UFS). Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC).
- Ernesto Villanueva, docente de la Universidad de Las Américas de Puebla y miembro de la Fundación Fundalex, México.
- Marcial Murciano, docente de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Efendy Maldonado, docente e investigador de la Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), Brasil.
- María Cristina Mata, Argentina.
- Gabriel Kaplún, docente e investigador de la Universidad de Montevideo, Uruguay.
- Erik Torrico, docente de la Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia.
- Rafael Roncagliolo, director del Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) del Perú.
- Ernesto Carmona, presidente de Federación Latinoamericana de Periodistas, capítulo Chile.
- Bruce Girard, presidente de Comunica.org.
- Gaëtan Tremblay, docente investigador de la Université du Québec à Montréal

Consejo de Redacción

- Gustavo Abad, periodista, comunicador, docente investigador de FLACSO Ecuador y secretario general del CIESPAL.
- Raquel Escobar, comunicadora y coordinadora de Planificación y Sostenibilidad del CIESPAL.
- Alexandra Ayala, comunicadora, articulista de opinión y coordinadora de Investigación del CIESPAL.

Créditos

Centro editorial y Documentación
Raúl Salvador R.

Editor
Pablo Escandón M.
pescandon@ciespal.net

Concepción gráfica
Diego S. Acevedo A.

Suscripciones
Isaías Sánchez
isanchez@ciespal.net

Impresión Editorial QUIPUS - CIESPAL

Consejo de Administración

Presidente
Édgar Samaniego
Rector de la Universidad Central del Ecuador

Luis Mueckay
Delegado del Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio e Integración

Cecilia Herbas
Delegada del Ministerio de Educación

Héctor Chávez V.
Delegado de la Universidad Estatal de Guayaquil

Embajador Pedro Vuskovic
Representante de la Organización de Estados Americanos

Amparo Naranjo
Secretaria Permanente de la Comisión Ecuatoriana de
Cooperación con UNESCO

Vicente Ordóñez
Presidente de la Unión Nacional de Periodistas

Roberto Manciatì
Representante de la Asociación Ecuatoriana de
Radiodifusión

Susana Piedra
Representante de la Federación Nacional de Periodistas

Fernando Checa Montúfar
Director General del CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura <http://www.felafacs.org/rederevistas>, Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe en Ciencias Sociales y Humanidades <http://redalyc.uaemex.mx>. Todos los derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa. Las colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión del CIESPAL.

• Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177 • Fax (593-2) 250-2487 • web: <http://www.ciespal.net/chasqui> • Apartado Postal 17-01-584 Quito - Ecuador
• Registro M.I.T., S.P.I.027 • ISSN 13901079



Carta a los lectores

Estimados lectores, estimadas lectoras

Este número de la revista Chasqui es tan especial como el anterior, pues en esta ocasión hemos incluido numerosas entrevistas que develan el pensamiento y los criterios de varios comunicadores que influyen en el accionar de movimientos y organizaciones que trabajan en América latina, como Armand y Michelle Mattelart y Valerio Fuenzalida.

El personaje de esta edición es Alfonso Gumucio-Dagron, un comunicador total. Su obra va más allá del trabajo como funcionario o consultor de organismos internacionales en el ámbito de la comunicación para el desarrollo, pues su actividad como cineasta y poeta está ligada a la actividad comunicativa.

Sección importante es la que dedicamos al Encuentro internacional de observatorios de medios y defensores de de las audiencias de América Latina, desarrollado en Cholula, en mayo de 2011.

El año pasado Armand y Michelle Mattelart visitaron Ecuador y dieron conferencias en Quito y Loja, además conversaron con los comunicadores del país acerca del futuro de la

comunicación en este mundo globalizado.

Valerio Fuenzalida es un paradigma en la creación y mantenimiento de medios públicos, de docencia e investigación en televisión, pues desde su experiencia en CENECA y con Televisión Nacional de Chile y desde sus cátedras y estudios acerca de la recepción de medios audiovisuales, ha logrado construir, basado en la experiencia y la teoría, un corpus académico que se vincula estrechamente con la realidad latinoamericana. En conversación con Christian Oquendo, el comunicador chileno, nos entrega su visión acerca de la Ley de Comunicación en Ecuador y el rol de los medios públicos en las democracias.

Los textos en la sección Ensayos rescatan la trayectoria de AMARC AL y sus desafíos futuros, la retribución de los periodistas en Argentina, la espectacularización de los telediarios puertorriqueños y un acercamiento al ciberactivismo en esta sociedad en red.

El editor



En esta edición



Personaje

5 Alfonso Gumucio-Dagron y sus vasos comunicantes

Alexandra Ayala Marín

9 Alfonso Gumucio-Dagron: activista-analista-herrero apasionado

John Downing

12 El promotor internacional de la comunicación para el cambio social

Luis Ramiro Beltrán

17 Alfonso Gumucio-Dagron: más allá de la euforia tecnológica

José Marques de Melo

21 Gumucio y su cámara, Magdalena abajo

Amparo Cadavid Bringe

25 Andares y pesares: Alfonso Gumucio, poeta

Raúl Teixidó

Observatorios

30 Argentina: Observatorios, veedurías o monitoreos de medios, un desafío de perspectiva, para una calidad de libertad de expresión

Miguel Julio Rodríguez Villafañe

38 La lógica de la mediación y el principio de la autorregulación

Felipe López Veneroni

48 Observatorios: fortalecimiento de la libertad de expresión y reivindicación del derecho a la crítica

Fernando Checa Montúfar

55 Carpintería Periodística: un acercamiento crítico a los medios

Fernando Checa Montúfar

60 El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de Bolivia, por el ejercicio del Derecho a la Información y la Comunicación

Vania Sandoval Arenas

Mattelart

- 64** De lo internacional a lo mundial: memoria de una trayectoria contradictoria
Armand Mattelart
- 72** “Hay que recuperar la historia y el sentido de las palabras”
Gustavo Abad,
José Villamarín
- 75** Comunicación y movimiento popular. Un momento emblemático. Chile 1970-1973
Michèle Mattelart
- 81** Comunicación, interculturalidad y género: debate sobre el futuro de la humanidad
Alexandra Ayala Marín
César Herrera

Ensayos

- 85** Diez aprendizajes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC ALC)
Ernesto Lamas
- 94** Ciberactivismo: ¿Utopía o posibilidad de resistencia y transformación en la era de la sociedad desinformada de la información?
Valeria Betancourt
- 98** A propósito de la Ley de Comunicación en Ecuador
Christian Oquendo Sánchez
- 104** La contratación, remuneración y capacitación periodística como herramientas necesarias a tener en cuenta para solventar ‘el oficio de escribir’
Alejandra Busto
- 109** La espectacularización en los noticiarios televisivos
Yadira G. Nieves Pizarro

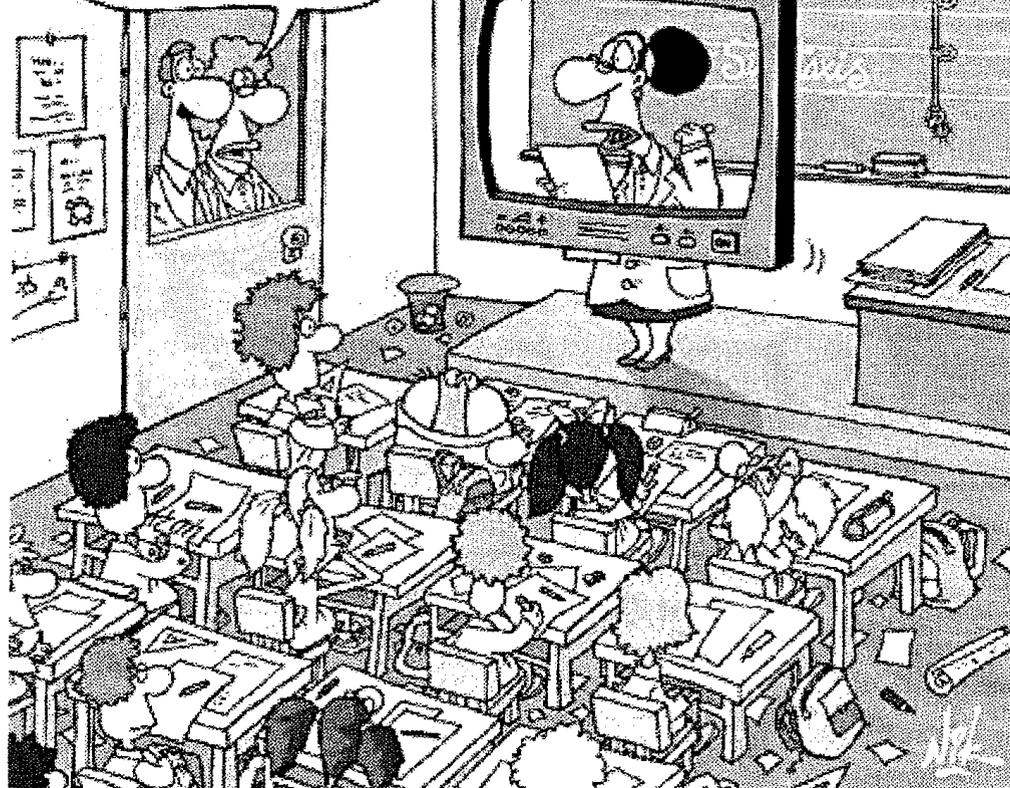
Próximo número

Revista Latinoamericana de Comunicación

Chasqui

Gaturro
escuela.

Y... ES UN POCO INCÓMODO,
PERO ES LA ÚNICA FORMA DE
QUE LOS CHICOS NOS PRESTEN
ALGO DE ATENCIÓN
DURANTE LA CLASE...



www.gaturro.com

Educación y tecnología

Próximo número

Próximo número

Próximo número

Próximo número



Gumucio-Dagron y sus vasos comunicantes

Alexandra Ayala Marín

Ecuatoriana, periodista y comunicadora, diplomada de la EHESS, de París, Francia.

Coordinadora del Área de Investigación del CIESPAL.

aayal@ciespal.net

Resumen

Entrevista al comunicólogo boliviano acerca de su trayectoria personal y con énfasis en el concepto de comunicación para el desarrollo, área en la que Gumucio es experto.

Palabras clave: Comunicación para el desarrollo, comunicación alternativa.

Resumo

Entrevista com o especialista em comunicação boliviano sobre sua história pessoal, com ênfase no conceito de comunicação para o desenvolvimento, área onde perícia.

Palavras-chave: De comunicação para o desenvolvimento, alternativo.

“... Entonces, vamos a comenzar contándome tu historia”, le digo a Alfonso Gumucio-Dagron, que está nuevamente en Quito luego de dos años, cuando en 2009 vino a presentar su enorme obra, *Antología de comunicación para el cambio social* (2008), y ahora, para participar como expositor de la “Mesa Redonda sobre Comunicación para el Desarrollo en Ecuador: análisis y perspectivas”,¹ y de paso, exponer su pensamiento sobre el tema que dio título a su antología.

Lo tomo casi desprevenido, en medio de la tensión que, mal o bien, producen las horas previas a una exposición, más aún en otro país donde el público encierra, siempre, el enigma de lo desconocido, aunque puede ser que con todo su mundo recorrido, a él no le pase.

1. Se realizó el 24 febrero 2011, organizada por Ciespal con el auspicio de la Unesco, a fin de llevar las resoluciones a la Mesa Redonda Internacional, que se realizará en noviembre, en la India.

Es que, leyendo su hoja de vida, me sorprende que empezara en el cine. Me sorprende porque para mí era únicamente uno de los teóricos latinoamericanos –que es bastante decir– en la materia sobre la que vino a disertar. El cine es comunicación, claro, pero sobre todo, arte. Entonces ¿cómo se da el paso a una especialidad que tiene que ver más con la socio-economía, y su aridez casi innata, que con el arte?

Desde la poesía

“Incluso puedo ir más atrás –comienza Alfonso– porque yo empiezo muy joven en la literatura. Mi inicio es la poesía, la narrativa, y mis primeros libros son poemarios. Me intereso en el cine cuando llega a Bolivia un cura catalán muy progresista, Luis Espinal sobre quien escribí un libro,² que fue director de radio Fides, emisora de los

2. Se refiere a *Luis Espinal y el Cine*, 1986, La Paz: CIMCA.



jesuitas. Además era un apasionado por el cine, escribía comentarios y ofrecía seminarios a los que yo asistí entre 1968 y 1969. Me interesé por la crítica cinematográfica y publiqué bastante en diarios bolivianos, hasta que ese espacio resultó pequeño. Es entonces que decido estudiar cine, primero en Madrid y luego en París, simultáneamente en el Instituto de Altos Estudios Cinematográficos (IDHEC) y en la facultad de Vincennes (1973-1976). En esos dos centros académicos me hice de una formación formidable”.

Alfonso sigue recordando, con la complacencia de quien vivió intensamente, que estudió con “grandes teóricos” del equipo de “Cahiers du Cinema” en Vincennes, historiadores como Marc Ferro en la École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), y cineastas como Jean Rouch en la Universidad de Nanterre. Recuerda también que fue asistente de dirección de Jorge Sanjinés, primer referente del cine boliviano, en la filmación de Fuera de Aquí (1977) en Ecuador, que para ello consiguió prestada una cámara 16 mm en Francia, que al terminar sus estudios regresó a Bolivia en 1978, y se dio cuenta de que no había producción cinematográfica y que él no servía para pasar cinco o más años buscando dinero para realizar un proyecto...

A la creación del cine campesino

“Regresé hacia el final de la dictadura de Hugo Bánzer (1971-1978) cuando se da la gran huelga de hambre de las mujeres mineras que acabó derrotando a la dictadura. Me involucro en muchas cosas: periodismo, crítica de cine, literatura, y empiezo a trabajar en el CIPCA (Centro de Investigación y Promoción del Campesinado). Les propongo hacer películas en cine Súper 8. Fue una experiencia muy rica. En ese periodo, me involucro también con la Central Obrera Boliviana (COB), con el asesor cultural, Liber Forti, hombre de teatro, libertario, y con él diseñamos un plan para ofrecer cursos de cine y fotografía para mineros. Además, empiezo la investigación de mi Historia del cine boliviano (La Paz, 1982), la primera historia de nuestro cine.”

El periodismo político y el exilio

El trabajo con campesinos y mineros hace sentir su influencia. El cineasta incipiente, el hombre que ya sabía de su empecinamiento de Escorpión –su signo zodiacal– se da cuenta de que se pueden combinar diversas formas de comunicación, que en algunas situaciones resulta mejor apoyar las radios mineras, o en otras, hacer teatro campesino. Y comienza también “a ver la comunicación desde un punto de vista mucho más amplio” e incursiona en el periodismo político, por supuesto. Entonces, la relación con Luis Espinal se afianza con la creación del semanario Aquí, que lo mete de lleno en el periodismo.

Llega 1980. En marzo, asesinan a Espinal, el 17 de julio ocurre el golpe de Estado del General Luis García

Meza, y Alfonso sale exiliado a México, después de haber conocido la clandestinidad durante semanas, la expulsión de sus hijos y su esposa francesa, luego el asilo en la Embajada de México y el saberse impedido de obtener un salvoconducto para salir como refugiado, por constar en una lista de seis personas ‘indeseables’ para la dictadura militar. Ese era el destino de la gente de izquierda latinoamericana en aquellas épocas.

En este segundo exilio trabaja como consultor de la FAO, lo cual le permite continuar las propuestas de comunicación participativa. Promueve los “foro-casete” con comunidades de indígenas nahuas en el norte de Puebla, el cine súper 8 en el estado de Nayarit, y otros proyectos; hasta que es llamado nuevamente a Nicaragua, donde había estado un año atrás en una corta consultoría con el PNUD y el Ministerio de Planificación del gobierno sandinista, que poco tiempo atrás había derrocado a la dictadura de Somoza. Ahora se trataba de explicar al pueblo nicaragüense el porqué de algunas medidas económicas del gobierno revolucionario. Y para ello, él capacita en cine a jóvenes de la Central Sandinista de Trabajadores (CST), que producirán documentales sobre los diferentes problemas económicos de su país.

El retorno y hacia la comunicación alternativa

Luego de varios años en México, se abre en 1986 la posibilidad de regresar a Bolivia. Para ello funda el Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa (CIMCA), cuyos primeros proyectos se desarrollan con apoyo de la Unesco y de una ONG holandesa. Allí inicia “un programa muy vasto de capacitación para campesinos y para mineros, talleres sobre diversos aspectos de la comunicación, contando con más de veinte colaboradores que hoy son figuras de la comunicación en Bolivia. Hicimos cosas interesantes, entre ellas, el primer seminario internacional sobre las radios mineras, en Potosí. De ahí sale un libro, Las radios mineras de Bolivia (1989), editado con Lupe Cajías³. En esa época del CIMCA publicamos la serie de Cuadernos de Comunicación Alternativa, y algunos libros como Comunicación y Sociedad, de Juan Díaz Bordenave”.⁴

En otro continente

Y viene otra etapa en su vida. Una oferta de Unicef para trabajar en Nigerias se convierte en “un desafío”: sería el jefe de Información y Comunicación en la oficina más grande de esta agencia de Naciones Unidas en África. Un jugoso presupuesto anual para desarrollar proyectos de comunicación contribuye a que se decida a enfrentar, además, las dificultades del país. Y organiza grupos de teatro, trabaja con las ONG, con estaciones estatales de

3. Periodista “emblemática”, al decir de Alfonso Gumucio, que años después llegaría a ser ministra Transparencia en el gobierno de Carlos Mesa.

4. Juan Díaz Bordenave, paraguayo, especialista en periodismo agrícola de la Universidad de Wisconsin y doctor en Comunicación en la Universidad de Michigan (1966).

televisión y de radio; publica varios libros, entre ellos un directorio de las ONG con programas de comunicación y un manual de teatro, Popular Theatre (1994). Así, durante cuatro años.

"Para mí, el programa más bonito fue el de teatro popular. En las propias comunidades se formaban grupos locales. Llegamos a más de 50. Los grupos representaban obras que tenían que ver con temas de salud. Había grupos itinerantes que iban de una comunidad a otra, presentando las obras en la lengua propia del lugar. Era la parte innovadora en la práctica de comunicación para el desarrollo".

Y se instala en la comunicación para el cambio social

Pero volvió la nostalgia de país y de continente. Deja Unicef, retorna a Bolivia luego de un breve paso por la FAO en Roma; sin embargo, Unicef lo convence para asumir otro reto difícil, Haití, donde permanece tres años. "En ese proceso voy acumulando una experiencia muy amplia y empiezo a reflexionar y a escribir sobre temas de comunicación de manera más sistemática. El último año en Haití coincide con una invitación de la Fundación Rockefeller para una reunión en Bellagio, Italia. Es abril de 1997. Un grupo muy ecléctico, de solamente 15 invitados, entre ellos el actor Allan Alda y Muhammad Yunus, de Bangladés, quien obtuvo luego el Premio Nobel de la Paz. Allí conversamos sobre la comunicación en el siglo XXI que se avecinaba. Lo interesante es que entre gente muy diversa coincidimos en que la comunicación para el cambio social era lo que se necesitaba. Ahí empieza mi trabajo con la F. Rockefeller como consultor externo durante varios años."

"La comunicación para el cambio social es participativa, horizontal, comunitaria, colectiva. A partir de Bellagio, durante los siguientes nueve años, hacemos reuniones, primero, como Fundación Rockefeller, y luego como Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, del cual fui Director de Programas. Organizamos seminarios con agencias de Naciones Unidas, agencias bilaterales de cooperación, o universidades, casi siempre en Bellagio, para discutir el tema y posicionar la comunicación para el cambio social. Lo hemos logrado porque ahora ya es parte del lenguaje de todos".

- Sin embargo, han pasado 14 años y no es muy extendido el concepto de comunicación para el cambio social, más que en unos cuantos especialistas...
- Si te fijas en el documento final del Congreso de Roma, donde estuvimos en 2006, se adopta nuestra definición como comunicación para el desarrollo. Cambia el nombre pero se incluye una definición muy próxima a la comunicación para el cambio social.
- Para mí, comunicación para el desarrollo, cuestionando el mismo concepto de desarrollo, ya no debe existir

más frente a un concepto como el de derecho a la comunicación. ¿Qué piensas tú?

- Es cierto que el desarrollo y por lo tanto la comunicación para el desarrollo están severamente cuestionados, pero pienso que se puede resignificar los términos. Un ejemplo que suelo citar es el del Granma, el yate que llevó a Fidel Castro y los 72 expedicionarios a Cuba, para hacer la revolución, y que es el nombre del periódico oficial del Comité Central del Partido Comunista Cubano. Granma parece una palabra rusa pero es el diminutivo de grand mother, o sea, "abuelita" en inglés. Y si el órgano principal del PC de Cuba puede llamarse así, quiere decir que los contenidos los pone uno. Nosotros hemos optado por "comunicación para el cambio social"; pero si dentro del sistema de Naciones Unidas se sigue hablando de comunicación para el desarrollo, lo importante es lo que se entiende por eso.

En el diálogo, la participación, la horizontalidad

- ¿Y qué se entiende por comunicación para el cambio social?
- En el congreso de Roma se hizo una revisión de la definición de comunicación para el desarrollo, que se había convertido en algo vertical y funcional en las prácticas de Naciones Unidas; el elemento de participación y diálogo horizontal se estaba perdiendo. Ese fue un problema. Al reformular el concepto, se hizo hincapié en el diálogo y el debate horizontal, en la participación de la gente y en las decisiones colectivas. Se ha recuperado una perspectiva de la comunicación como derecho humano. Ahora, el enfoque para el desarrollo es un enfoque de derechos que está en el centro del accionar y, en este caso, de la comunicación. Esa es la diferencia con lo sucedido desde el informe McBride hasta ahora, en estos 30 años. Cuando se publicó el informe (Unesco, 1980), se hablaba de libertad de expresión, de equilibrio en los flujos de información, pero no se mencionaba el derecho a la comunicación, porque era otra época; se hablaba de apoyo a los medios comunitarios, pero el concepto de derecho a la comunicación no estaba claro.
- El informe McBride convulsionó el mundo de la comunicación en 1980, pero si no hubiera habido este antecedente que planteaba el concepto de comunicación alternativa, ¿crees que habríamos llegado al derecho a la comunicación, y más que al concepto, a entenderla también como derecho humano?
- Probablemente hubiéramos llegado a lo mismo por otros medios. El fuerte del informe McBride no es la comunicación alternativa, sino el planteamiento de que los países necesitan dotarse de políticas de comunicación. Ese es un gran avance. Los medios



participativos ya existían desde antes. Las radios mineras no esperaron el Informe McBride, empezaron treinta años antes. Ya había experiencias de comunicación alternativa; aisladas, sí, pero de alguna manera reivindicaban el derecho a la comunicación, aunque el concepto no se usara todavía. Lo interesante es que en estos treinta años ha cambiado el lenguaje y se ha posicionado no solo el derecho a informar y a ser informado sino el derecho de comunicar de todos, no solamente de medios y periodistas. La libertad de expresión es la de los periodistas, el derecho a la comunicación es el derecho de todos. Ese es el planteamiento.

- *Un gran desafío es posicionar el concepto de comunicación, en general, 'desmediatizarlo', separarlo de la práctica de los medios de información. Entonces, ¿crees posible que algunos conceptos que implican la comunicación para el cambio social puedan penetrar en los grandes medios? ¿Podrían adoptar esos conceptos?*
- No pueden. Pueden hacer información sobre desarrollo, pero no es comunicación para el desarrollo. La participación es esencial en la comunicación para el cambio social. ¿Y qué participación hay en los grandes medios? Los lectores pueden escribir una carta, decir lo que piensan, y la carta quizás se publica. Pero hay que diferenciar acceso de participación. Todos podemos tener 'acceso' a los medios: por ejemplo cuando hacen una entrevista en la calle, ponen un micrófono frente a un ciudadano cualquiera y él dice lo que piensa. Eso es acceso. Participación sería si pudiera decidir sobre los contenidos. Eso lo permiten los medios comunitarios, que son los verdaderos medios de comunicación porque hay participación, horizontalidad, diálogo. Si seguimos llamando 'medios de comunicación' a los medios masivos, le hacemos un flaco favor a la necesidad de diferenciar. Es mejor llamarlos medios 'de información' o 'de difusión', porque eso es lo que son.

Con una página en blanco, la creatividad

- *Tu experiencia profesional me hace pensar en la diferencia que implica un proceso creativo como cineasta y un proceso creativo como ensayista. ¿En dónde te ubicas?*
- Siempre he visto mi vida como vasos comunicantes: uno es la poesía, el otro la fotografía, otro es el cine, los otros son el ensayo, la comunicación para el desarrollo y el periodismo. Son muchos pero todos tienen algo en común; la comunicación. La poesía es comunicación, también la fotografía y el cine. Unos con rasgos más artísticos que otros, pero hay un aspecto tremendamente creativo en la comunicación para el desarrollo y el cambio social. A mis colegas periodistas les digo que en el periodismo no nos queda mucho por descubrir, además de que dependemos de mecanismos que están encima de nosotros, que nos dicen 'haga esto', 'escriba sobre esto', 'tantas páginas'. La comunicación

para el cambio social es una página en blanco. Uno llega a una comunidad con preguntas, no con ideas predeterminadas; pregunta 'cuál es el problema', 'qué se puede hacer aquí'. Con la propia gente se va decidiendo si se hace radio, teatro o lo que sea. Es la parte creativa. El ensayo sobre comunicación es muy creativo porque se pueden plantear cosas que no se han planteado antes o que, por lo menos, no son tan comunes.

- *Pensando epistemológicamente, ¿crees tú que la comunicación es una ciencia?*
- Hay discusión sobre si debemos hablar de la comunicación como un campo o como una disciplina; o sea, un campo de estudio que estaría cruzado por otras disciplinas. Yo sí creo que puede ser una disciplina, ya que estamos hablando en términos, como tú dices, epistemológicos y académicos. La comunicación debería tener un espacio como disciplina en las universidades. El mismo debate se dio entre la antropología y la sociología hace más de un siglo, y hubo que esperar cincuenta años para que se bifurcaran como disciplinas distintas.
- *Académicamente, ¿vale incorporar el periodismo como parte de los estudios en comunicación o tendrían que considerarse separadamente, si bien convergen?*
- Hay muchas formas. Periodismo y comunicación convergen y tienen aspectos comunes, como los tienen la sociología, la antropología, la etnología, pero para estudiarlos se pueden separar. De hecho, cuando uno estudia comunicación está tocando otros campos que no se abordan en periodismo, y cuando estudias antropología, aboradas otros que no están en la sociología. La separación entre comunicación y periodismo se puede dar naturalmente.

Cuando estaba de director en el Consorcio, hice un recorrido por Asia, África, América Latina para ver dónde hay maestrías con énfasis en comunicación para el desarrollo y para el cambio social, y cómo surgieron. Formamos así una red con las 25 universidades que tienen estas maestrías. La más antigua, en Filipinas, es el College for Development Communication, que surgió en la Facultad de Agricultura. ¿Por qué? Porque los agrónomos que iban al campo y trabajaban con las comunidades, se daban cuenta de la necesidad de comunicarse con la gente. Entonces, primero crearon una pequeña unidad de comunicación, que fue creciendo y se convirtió en la carrera universitaria que hoy, 30 años después, tiene un pregrado de comunicación para el desarrollo, además de una maestría y un doctorado en la misma especialización. Hay otro ejemplo en la India, con 25 años de historia, el Centro de Comunicación para el Desarrollo, en Gujarat, que también visité. En Tailandia fui a un centro de estudios que nació en la Facultad de Salud; sin duda, esos profesionales son los que más cuenta se dan de las necesidades de diálogo con la población. 🌱



Gumucio-Dagron: activista-analista-herrero apasionado

John Downing

Autor de *Radical Media* (1984/2001); editor de *Sage Encyclopedia of Social Movement Media* (2011). Profesor emérito y director fundador del Global Media Research Center, en la Universidad de Southern Illinois.

Resumen

El autor presenta una síntesis del pensamiento del comunicador boliviano y su propuesta acerca de la comunicación para el cambio social, partiendo de la historia del pensamiento comunicacional latinoamericano y ubicando al autor en la línea de tiempo de influencia y de evolución académica e investigativa en América Latina.

Palabras clave: *Alfonso Gumucio, comunicación y cambio, cine boliviano, teatro popular, cambio social.*

Resumo

O autor apresenta uma síntese da pensamento e propostas sobre a comunicação para a mudança social, do Alfonso Gumucio Dagron, baseada na história do pensamento latino-americano de comunicação e colocando o autor boliviano na linha do tempo da influência e do desenvolvimento acadêmico e de pesquisa na América Latina.

Palavras-chave: *Alfonso Gumucio, comunicação e mudança, Bolívia cinema, teatro popular, mudança social.*

Diré primero algunas palabras acerca de mi relación con Alfonso Gumucio-Dagron, antes de ocuparme de sus textos. Nuestra amistad comenzó en 1983, cuando él participó en una conferencia internacional sobre cinematografías del Tercer Mundo (la expresión "Tercer Mundo" no había aún degenerado tanto en un abusivo término desdeñoso). Junto a Camera News de la ciudad

de Nueva York, la organización que se ocupaba de Third World Newsreel, programé una semana de proyecciones y discusiones en el Hunter College de la Universidad de la ciudad de Nueva York, que contaba con una población estudiantil de 20.000 estudiantes –llegados de todos los rincones del planeta– de los cuales 8.000 vivían menos de seis años en Estados Unidos. De ellos, 70% eran



mujeres, la mayoría trabajaba a medio tiempo o incluso tiempo completo, y muchos eran afrodescendientes y latinoamericanos.

Pudimos reunir fondos para traer cineastas de la India (Mrinal Sen), Argentina (Fernando Solanas), Líbano (Heiny Srour), Filipinas (Kidlat Tahimik), Senegal (Moussa Bathily) y otros de Angola, China, Chile y otros lugares, incluyendo a Alfonso que estaba entonces como exiliado político en México, luego del sangriento golpe militar de 1980 en Bolivia, su país. No fue un evento impecable: los medios técnicos no estuvieron siempre a la altura, pero hasta entonces nada de esa envergadura se había hecho en Estados Unidos.

Luego de conocer a Alfonso en la conferencia, me hizo saber de la próxima aparición de su gigantesco volumen, coeditado con Guy Hennebelle, *Les Cinémas d'Amérique Latine* (1981). Fue difícil conseguir un ejemplar, incluso en Nueva York, pero persistí y sus vigorosos capítulos y su detallada filmografía enriquecieron tremendamente los cursos de cine que yo dictaba. Acto seguido traduje un capítulo sobre el cine de Jorge Sanjinés de su libro sobre la historia del cine boliviano, para una antología de ensayos que publiqué en 1987, titulada *Film and Politics in the Third World*. En esos años me interesó en particular la obra que publicó sobre el potencial del cine Super 8 como cine comunitario de bajo costo, durante su experiencia de trabajo con la Central Sandinista de Trabajadores (CST) de Nicaragua. Y más tarde leí con interés los folletos y libros que publicaba su organización, CIMCA, que fundó cuando retornó del exilio.

Sólo luego de un tiempo tomé conciencia de las múltiples dimensiones de Alfonso, o de algunas de ellas: era no solamente historiador e investigador del cine, sino enérgico protagonista de estrategias participativas de comunicación para el desarrollo; no solamente educador y director de cine, sino también narrador y poeta. Me alegra que nuestra relación haya continuado a través de las reuniones anuales de la red OurMedia/ NuestrosMedios y de su espléndida selección de estudios de caso sobre comunicación comunitaria en *Haciendo Olas: comunicación participativa para el cambio social* (2001), y su capítulo sobre medios alternativos en mi libro *Sage Handbook of Media Studies* (2004).

Me concentraré aquí en aquellos segmentos de su trabajo relacionados con estrategias de capacitación participativa (Amartya Sen) para el desarrollo, y sus mordaces críticas a las prácticas de "desarrollo" jerárquicas y conservadoras.

Releyendo unos quince ensayos sobre estos temas, escritos durante la última década, aparecen rugiendo como leones hambrientos algunos temas cruciales.

Para decirlo categóricamente, Alfonso ha sido una voz incansable en favor de los derechos no negociables que tienen las grandes mayorías de excluidos del mundo, para decidir su propio destino económico, político y cultural. En efecto, dada la horrenda situación ecológica y económica que enfrentamos en 2011, y el fracaso tanto de la dinámica capitalista cuanto de los programas que pronosticaban una revolución socialista con liderazgo leninista, en nuestro futuro no habrá ninguna otra fuente de sabiduría y experiencia que no sea el diálogo sostenido y la participación política.

Éste es un punto vital de convergencia donde todo tipo de comunicación –teatro callejero, internet, radio comunitaria, arte de la calle, libros, poemas, canciones, vídeos, murales, teléfonos portátiles, periódicos, danza– puede cumplir una función en nuestras manos y ser energizada. Estas tecnologías y formas no son nuestra salvación –de hecho, se usan con demasiada frecuencia para mantenernos discretamente en orden, haciendo ‘espontáneamente’ lo que nos piden– pero podemos y debemos usarlas colectivamente para construir nuevos futuros. No porque un "otro mundo es posible" –los "mundos" singulares son una perspectiva aterradora luego de la experiencia del estalinismo– sino porque las soluciones globales deben necesariamente encontrar vías diversas para alcanzar un desarrollo social justo. No trato de ensalzar con esto los "derechos humanos asiáticos" o cualquier otra fachada diplomática para decirles a los activistas que no les incumbe y que deben desaparecer.

Las numerosas experiencias concretas que Alfonso visibiliza mientras argumenta sus puntos de vista –y que lo han llevado de Bolivia a Papua Nueva Guinea, de Mozambique al sur de la India– sirven para refrescar nuestra atención sobre las prácticas y los procesos. Él no nos permite instalarnos en la extraña complacencia de masticar sin cesar conceptos y retórica. Una de sus más agudas observaciones en su capítulo del *Handbook of Media Studies* fue pinchar a los académicos en su obsesión neurótica de discutir indefinidamente una definición: "la cereza encima de la torta de crema", como la califica.

Y ya que hablamos de pinchazos, ¿cuáles son las características del discurso sobre comunicación para el desarrollo que él reduce a cenizas? O, si se prefiere, ¿cuáles aquellas que lentamente chamusca en su parrilla para revelar su verdadero sabor insípido y en última instancia su impacto venenoso?

El primer blanco de Alfonso, aunque ligado de manera umbilical a todos los demás, es la disección que hace del concepto de "información" en inglés, una realidad que importa en la medida en que mucho del "discurso" sobre



desarrollo se produce en inglés. La palabra "información" está cargada de jerarquía, de transmisión vertical en un solo sentido, y de conocimiento "real" en los círculos de poder que se enfrentan a la ignorancia consumada de los pobres. La noción de que la comunicación en su acepción original implica en su meollo el acto de compartir conocimiento entre iguales, queda obliterada por el sentido convencional de "información" (a menos que desde un principio ésta se defina, cuidadosamente, de otras maneras). El modelo occidental y jerárquico de "información" es con frecuencia un requisito dogmático para quienes buscan fondos para la comunicación para el desarrollo.

En la práctica esto ha significado, según argumenta Alfonso, que la mayoría de los recursos se destinan al periodismo y a la capacitación de periodistas. En otras palabras, a la formación de una categoría de profesionales verticales, empleados generalmente por empresas cuyos mega-intereses se expanden continuamente sobre el planeta. Pero muy rara vez algunos mínimos recursos se destinan a desarrollar capacidades de comunicación más variadas, que abarquen desde el liderazgo hasta la educación técnica, en beneficio de la ciudadanía.

En este contexto, junto a su colega danés Thomas Tufté, Gumucio armó un enorme libro de consulta en inglés –¡aún más grande en su edición en castellano!– la *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y Contemporáneas*, que puede servir en todo el hemisferio sur y aún más allá, como la referencia ineludible para quienes desean estudiar de manera sistemática las prácticas y conceptos de la comunicación participativa para el desarrollo.

Otros objetivos son blanco de su justificado enfado, como anoté antes. Uno, lamentablemente muy común, es el abismo entre la retórica brillante de los gurús del desarrollo y los funcionarios gubernamentales, y el

mundo real, doloroso. Sus cáusticas observaciones, basadas en su experiencia directa, sobre la inutilidad general –cuya promoción con bombos y platillos es preocupante– del radiante futuro prometido por los telecentros, son un ejemplo vivo de ello. Las TIC como magia emergente son otro blanco favorito.

La burocracia que estrangula a los proyectos desde su nacimiento, los plazos ridículamente cortos para evaluar el grado de éxito de los proyectos, los instrumentos de evaluación muy deficientes, son sólo algunos de los otros súcubos –generalmente masculinos, no femeninos– de las prácticas corrientes del desarrollo, que multiplican el peso muerto de la inercia al perpetuar estos desuagaderos.

A manera de conclusión tenemos que referirnos al uso del lenguaje que hace Alfonso. Su trabajo sugiere con frecuencia al poeta que está detrás. Le gustan las metáforas sorprendentes que se graban en la memoria: la naturaleza de una "cadena de frío" y más bien la necesidad urgente de una "cadena caliente" de comunicación para el desarrollo; "Prometeo en Cadillac", "Seis grados y mariposas", o "El excesivo mercadeo del mercadeo social". Y su énfasis en el ensayo titulado "La afortunada hoja de trébol" sobre la urgencia de desarrollar el "quinto poder" (la frase de Ignacio Ramonet), es decir, poder de los medios populares para hacer frente a los poderosos y para desarrollar una posición hegemónica enteramente nueva.

En uno de estos ensayos, "Seis grados y mariposas", narra cómo fue conminado por una burócrata de alto nivel en Naciones Unidas (quien antes fuera importante figura política del Partido Demócrata en Manhattan): "¡Por favor ya no envíe esos mensajes!" Él no le hizo caso, y esperamos que nunca lo haga. A juzgar por su actuación de antes, de entonces y de ahora, felizmente el riesgo de que vaya a seguir ese consejo es cero. ☹

Bibliografía

Downing, John D.H. "The Cinema of Jorge Sanjinés", in *Film & Politics in the Third World*. New York: Autonomedia. 1987.

Downing, John D.H. *Sage Handbook of Media Studies*. London: Sage. 2004.

Gumucio-Dagron, Alfonso. *El cine de los trabajadores*. Managua: Central Sandinista de Trabajadores (CST). 1981.

Gumucio-Dagron, Alfonso and Guy Hennebelle. *Les*

Cinémas d'Amérique Latine. Paris: Ed. Textimages. 1981.

Gumucio-Dagron, Alfonso. *Haciendo Olas: comunicación participativa para el cambio social*. New York: The Rockefeller Foundation. 2001.

Gumucio-Dagron, Alfonso. *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. New York: Communication for Social Change Consortium. 2008.



El promotor internacional de la comunicación para el cambio social

Luis Ramiro Beltrán

Boliviano, fundador de la Escuela Latinoamericana de Comunicación.

Resumen

El autor presenta una síntesis del pensamiento del comunicador boliviano y su propuesta acerca de la comunicación para el cambio social, partiendo de la historia del pensamiento comunicacional latinoamericano y ubicando al autor en la línea de tiempo de influencia y de evolución académica e investigativa en América Latina.

Palabras clave: Alfonso Gumucio, comunicación y cambio, cine boliviano, teatro popular, cambio social.

Resumo

O artigo analisa a construção da identidade de dois grupos de jovens argentinos, conhecidos como "cheats" e "cumbieros". O foco foi sobre seus usos e práticas discursivas, estilos de vestir e sua relação com o consumo de vários bens, nomeadamente as tecnologias de comunicação, alertando que alguns produtos têm a característica de atravessar as barreiras de classe social e tornaram-se produtos que fornecem pertencentes universal através do consumo.

Palavras-chave: Alfonso Gumucio, comunicação e mudança, Bolívia cinema, teatro popular, mudança social.

Alfonso Gumucio-Dagron es uno de los profesionales latinoamericanos de la comunicación que tiene mayor producción y resonancia internacional. Su obra es conocida y apreciada no sólo en nuestra región sino también en Estados Unidos y en países de Europa, África y Asia.

Admiro en este colega su desempeño profesional y lo estimo como amigo tanto por su talento, creatividad y diligencia como por su rectitud, bondad y simpatía. Compartimos el apodo "Moro" siendo yo el mayor y el menor él. Y lo considero mi trotamundos favorito puesto que hace harto tiempo que vive viajando por muchas partes del globo terráqueo a fin de participar como expositor en reuniones profesionales, de brindar

asesoramiento y de dar clases. Me tomo esta licencia en virtud de la buena amistad que nos une desde hace varios años.

Formación profesional

Luego de un breve paso por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Mayor de San Andrés, en La Paz (1970-1971) para estudiar literatura, en adelante su formación se haría en Europa. Hizo estudios de comunicación e información en la Universidad Complutense de Madrid que luego continuó en la Universidad de Vincennes, en París, sobre teoría del cine (1972-1975). Su formación cinematográfica definitiva fue en el Instituto de Altos Estudios Cinematográficos (IDHEC), también en París

(1973-1976), donde obtuvo el grado en producción y dirección cinematográfica optando por la especialidad en fotografía y edición.

Experiencia laboral

Al regresar a Bolivia en 1978 aceptó una invitación del Centro de Investigación y Promoción del Campesinado (CIPCA), para producir materiales audiovisuales en áreas rurales del país. Dirigió allí películas documentales y audiovisuales de carácter educativo y logró consolidar una unidad de cine Super 8.

A mediados de 1980 se produjo en Bolivia el golpe militar del General Luis García Meza. Entre los exiliados estuvo Alfonso que fue a dar a México, donde trabajó temporalmente como redactor del diario Excelsior. En ese mismo periodo de exilio trabajó en Nicaragua por encargo del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), como consultor del Ministerio de Planificación en un proyecto de comunicación de apoyo a la alfabetización económica, que consistió en la creación de un taller de cine Super 8 donde jóvenes de la Central Sandinista de Trabajadores (CST) aprendieron a hacer cine y produjeron cortos documentales. Allí publicó su libro *El cine de los trabajadores* (1981).

De regreso a México, trabajó para la FAO en un proyecto de apoyo en comunicación a organizaciones campesinas en Puebla y Nayarit. Y en este país obtuvo en 1982 el Premio Nacional de Testimonio del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) por su libro *La Máscara del Gorila* sobre el golpe militar de García Meza.

A partir de esas experiencias internacionales, al reintegrarse a Bolivia, Gumucio creó en 1986 el Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa (CIMCA) para brindar servicios en comunicación para el desarrollo, principalmente a agrupaciones de trabajadores mineros, a comunidades campesinas y complementariamente a algunos organismos no gubernamentales. Como Director de CIMCA, con el concurso de una veintena de colaboradores, estructuró programas de capacitación, investigación, producción y publicaciones, incluyendo boletines, folletos y libros sobre la comunicación democrática.

Fue en la segunda mitad de la década de 1980 que conocí a Alfonso y comencé a apreciar sus virtudes y aptitudes, así como su personalidad. Como Consejero Regional en Comunicación de UNESCO, con sede en Quito, tuve en 1989 el placer de gestionar para el CIMCA un apoyo financiero modesto pero muy útil, según amablemente lo recuerda él. El apoyo hizo posible realizar en Potosí el Primer Simposio Internacional sobre las Radios Mineras de Bolivia, las precursoras de la práctica de la comunicación alternativa en Latinoamérica, y publicar el primer libro que dio noticia testimonial sobre aquellas admirables emisoras sindicales. CIMCA produjo también valiosos videos documentales como *La Larga Marcha* de

los Mineros y *Dos Mujeres en la Historia*, este último un testimonio sobre dos sobresalientes precursoras de la lucha por los derechos de la mujer en Bolivia al inicio de la década de 1920.

En 1990 el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) le encomendó la Jefatura de Información y Comunicación en Nigeria. Situado en Lagos, asumió la responsabilidad de conducir las operaciones de una docena de profesionales de la comunicación en oficinas zonales del país, entre 1990 y 1994. El programa incluyó el fortalecimiento de capacidades locales en comunicación, en movilización social y en participación ciudadana, así como el apoyo a organizaciones no gubernamentales. Alentó allí una experiencia de capacitación y multiplicación de grupos de teatro local con fines de promoción de la salud, uno de cuyos resultados fue el libro *Popular Theatre*, escrito por el propio Gumucio.

UNICEF volvió a contratar a Gumucio en 1995 para trabajar dos años en Haití como responsable de Comunicación, Información y Derechos de la Infancia. En el marco de la difícil situación política y social que vivía el país caribeño, prestó particular atención a la capacitación de periodistas para la producción de mensajes educativos de radio y televisión, y montó una red de grupos de teatro comunitario. Se le encomendó también la preparación de las actividades celebratorias del medio siglo de existencia del UNICEF.

Luego de dejar al UNICEF en 1997, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) volvió a valerse de Gumucio en la calidad de Asesor Técnico Principal de "Tierramérica", una plataforma regional de comunicación para el desarrollo sostenible, y cumplió para ello misiones en América Latina y El Caribe.

Trabajó luego como consultor de la Fundación Rockefeller (de mayo de 1999 a diciembre de 2003), para llevar adelante en países de Latinoamérica, Asia y África una investigación sobre comunicación participativa y cambio social. Definió los fines y la metodología de dicha indagación y estableció formuló criterios para la selección de medio centenar de las iniciativas emblemáticas en el uso de la radio, del video, del teatro y de internet, cuyo resultado fue la publicación de *Haciendo olas: experiencias de comunicación participativa para el cambio social*, libro publicado sucesivamente en tres idiomas.

Con Denise Gray-Felder, hasta entonces vice-presidente de la Fundación Rockefeller, fundó en 2004 el Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, donde comenzó, un sexenio de fructuosas labores como Director Ejecutivo. Tuvo a su cargo actividades de investigación y producción de conocimientos, con el concurso de una red de consultores de África, Asia, Norteamérica, Latinoamérica y Europa. Como responsable del enfoque programático del Consorcio, organizó reuniones de especialistas en el centro de estudios de la Fundación Rockefeller en Bellagio (Italia), generó y supervisó proyectos como el



Cuerpo de Conocimiento (Body of Knowledge), la Red de Universidades y el boletín electrónico Mazi, además de producir videos y varias publicaciones.

Esta reseña sobre las funciones de responsabilidad en comunicación para el desarrollo desempeñadas por Alfonso Gumucio –dos en Bolivia y seis en el exterior– entre los años 1980 y 2009, es por sí sola demostrativa de sus singulares capacidades y del renombre que aquellas le dieron. Prácticamente al mismo tiempo, se dio modos para atender en diversos países solicitudes de apoyo como consultor de cuando menos otros siete organismos internacionales de desarrollo, incluyendo la cooperación australiana (AusAid), la UNESCO, la FAO, Conservation International y la WACC. No conozco muchos colegas latinoamericanos cuyos servicios profesionales sean tan valorados por tantas entidades a lo largo de tanto tiempo y espacio.

Pertenencia a agrupaciones profesionales

Entendiendo a la comunicación como el arte de producir mensajes y a la comunicología como la ciencia de producir conocimientos, Alfonso cultiva lo uno y lo otro con igual competencia. Principalmente facilita procesos de comunicación, pero es también un activo investigador científico, plausible conjugación de saberes. Y, como tal, es miembro de varias agrupaciones de profesionales de ambas áreas académicas.

Fue integrante del directorio de la Asociación Internacional de Cine Super 8 y Video, fundador de la Campaña de Derechos de Comunicación en la Sociedad de la Información (CRIS) y Our Media/Nuestros Medios, una red de académicos y activistas de comunicación. En la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación coordina al Grupo Temático sobre Comunicación y Cambio Social. En Bolivia es miembro de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC). Ha mantenido su pertenencia y ha sido ocasionalmente miembro directivo de las principales agrupaciones de periodistas, de críticos de cine y de directores cinematográficos, así como de fotógrafos profesionales.

La comunicación para el cambio social

Quizás porque “la necesidad tiene cara de hereje”, como dice el propio Alfonso Gumucio Dagrón, o porque el rango de sus intereses ha sido muy amplio, lo cierto es que a lo largo de su desempeño como especialista de la comunicación ha abarcado muchas temáticas y muchas disciplinas. Otros se ocuparán de su labor en el cine, el video, la fotografía, mientras nosotros queremos hacer hincapié en su dedicación a la comunicación para el desarrollo y el cambio social, la comunicación participativa y alternativa, las temáticas de medio ambiente, derechos humanos, salud y cultura, las evaluaciones que ha realizado, las estrategias y programas que ha diseñado.

De lo reseñado hasta aquí resulta muy evidente la capacidad de Alfonso Gumucio para la acción comunicativa al servicio del desarrollo democrático. Pero también lo es para la reflexión crítica y creativa, como se lo verifica al contacto con planteamientos que hace en varios de sus numerosos y preciados escritos profesionales.

Un ejemplo sobresaliente de ello es su teorización sobre la “comunicación para el cambio social” como un modelo deseable en vez de los modelos clásicos surgidos a partir de 1950, que lejos de propiciar el cambio que haga justicia al pueblo, contribuyen a perpetuar la arcaica estructura social para beneficio exclusivo de las poderosas y perniciosas minorías dominantes.

Gumucio analiza críticamente los modelos tradicionales, como las teorías de la modernización, la difusión de innovaciones, el mercadeo social, la promoción de la salud y la educación por entretenimiento. En cambio, destaca la comunicación para el desarrollo y la comunicación participativa por ser distintos de esos clásicos. Y deriva de todo ello esta enunciación:

“La comunicación para el cambio social aparece a principios del siglo como un paradigma reformulado que rescata el camino recorrido por la comunicación participativa, mientras incorpora algunas nociones innovadoras y progresistas de los modelos de modernización. Lo esencial es que cuestiona el concepto de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados y promueve una comunicación que haga efectiva la participación comunitaria particularmente de los sectores más pobres y aislados.” (Gumucio, 2001).

Sustenta tal concepción con un juego de siete premisas principales de la comunicación para el cambio social y otro de cinco condiciones indispensables para la vigencia de ella, y termina su conceptualización definiendo a la comunicación para el cambio social como “... un proceso de diálogo y debate basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos...”

La comunicación alternativa: radios mineras

Pocos colegas le han dedicado tanto empeño como Alfonso Gumucio a las emblemáticas radios mineras de Bolivia, experiencia pionera de comunicación participativa. Gumucio lo ha hecho no solamente como investigador, sino también como facilitador de procesos. El mismo afirma que las radios mineras fueron quizá una de las razones por las que hizo su camino en la comunicación participativa. Su primer contacto con ellas fue a través de Líber Forti, asesor cultural de la Federación de Mineros (FSTMB) para quien las luchas sociales no podían concebirse sin la educación para el arte.

Durante su exilio en Francia, en 1978, la *Revue Tiers Monde* de la Universidad de París, publicó “Bolivie: Moyens de



Communication Décentralisés – Vers une Expression Politique et Culturelle du Peuple”¹, en un número especial sobre “el audiovisual y el desarrollo”, donde Gumucio aborda el tema de las radios mineras. Lo hace de nuevo en 1982, en la revista Comunicación y Cultura, publicada en México por Héctor Schmucler y Armand Mattelart, donde apareció su texto “El papel político de las radios mineras”. En 1983, al regresar del segundo exilio, codirigió con Eduardo Barrios un documental titulado La voz del minero, producido por la Unesco, la primera película específicamente dedicada a las radios mineras.

Desde su actividad como director del Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa (CIMCA), apoyó a las radios mineras con cursos de capacitación y publicó en 1983 la serie Cuadernos de Comunicación Alternativa, cuyo primer número está dedicado a las radios mineras. En noviembre de 1988 organizó en Potosí el primer “Simposio Internacional Realidad y Futuro de las Radioemisoras Mineras de Bolivia”, gracias a un apoyo que pudo brindarle como Consejero Regional de Comunicación de la Unesco, con sede en Quito.

Inmediatamente después del evento se publicó un folleto, Realidad y futuro de las radioemisoras mineras de Bolivia, y meses más tarde el primer libro sobre Las Radios Mineras de Bolivia (1989), coeditado con Lupe Cajías, con las ponencias presentadas durante el simposio. Uno de los participantes en ese evento, el colega Alan O’Connor de Estados Unidos, publicó años después el libro Community Radio in Bolivia – The Miners’ Radio Stations (2004) con un capítulo de cierre escrito por Gumucio, titulado “Conclusión abierta”. También escribió el prólogo para el libro de Karina Herrera-Miller Del grito pionero ¿al silencio? – Las radios sindicales mineras de Bolivia hoy (2005). Con la misma Karina-Herrera Miller coordinó el libro Políticas y legislación para la radio local en América Latina (2010), resultado de un evento internacional sobre el mismo tema, que tuvo lugar en La Paz a fines del año 2008.

En suma: dos libros, muchos ensayos breves y artículos, una película documental, y dos seminarios internacionales sobre el tema de las radios mineras, comunitarias y locales.

Comunicación y medio ambiente

Otro de los temas que ha abordado de manera continua Alfonso Gumucio es el de la comunicación para el medio ambiente y el desarrollo sostenible. Son varios los textos en los que expresa su filosofía sobre este tema:

“En la formación de cualquier comunicador la temática ambiental debiera ser un eje principal. La conservación no es solamente un tema más, es un tema globalizador, es un tema central del que se desprenden muchos otros. El medio ambiente está en el corazón de cualquier reflexión sobre el desarrollo. Si nos referimos a los recursos naturales o a la agricultura de subsistencia, a la

industrialización o al crecimiento urbano, a la provisión de energía o a las migraciones poblacionales, a la salud de los niños o a la apertura de carreteras... estamos en cada caso refiriéndonos a la conservación y el medio ambiente.”²

Como asesor de comunicación de Conservation International y de la Liga de Defensa del Medio Ambiente, a fines de los años 1980 diseñó la estrategia de comunicación para el medio ambiente. En concierto con la Asociación de Periodistas organizó un seminario internacional y coordinó el libro Conservación, desarrollo y comunicación (1990), el primero sobre esa temática que se haya publicado en Bolivia, con textos de Carlos D. Mesa, Mario Baudoin, Carmen Miranda y otros especialistas y periodistas interesados en el tema. A raíz de estas experiencias exitosas, Conservation International invitó a Gumucio a hacer consultorías internacionales, una de ellas en la lejana Papua Nueva Guinea. De esa relación con la ONG internacional y de la necesidad de sensibilizar a los periodistas sobre la temática ambiental, nació la guía Diez pasos para organizar un seminario para periodistas, escrito por Gumucio.

En 1998 Alfonso Gumucio fue nombrado Director del proyecto “Tierramérica”, del PNUD/PNUMA, una plataforma regional de comunicación a favor del medio ambiente que en esencia consistía en un suplemento especializado que publicaban simultáneamente doce importantes diarios latinoamericanos.

Años más tarde, en 2006, la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación) invitó a Gumucio como ponente magistral en el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo (CMCD) realizado en Roma, donde presentó su reflexión “El mundo no alcanza: comunicación sostenible para un desarrollo sostenible”. También abordó el tema del cambio climático en la ponencia “Políticas y participación: más allá de los mensajes”³, y en otros textos.

Historiador del cine boliviano

En su faceta de cineasta e historiador del cine de Bolivia, Alfonso Gumucio dedicó muchos años a la investigación y escritura de la primera Historia del cine boliviano (1982), donde aborda el desarrollo de la cinematografía en el país desde sus orígenes. Sobre este libro escribió el guionista Oscar Soria Gamarra: “es una obra que implica una larga como esforzada labor de investigación mostrándonos una gran dedicación y amor al cine por lo que se constituye en un valioso aporte a la cultura cinematográfica boliviana y como tal nos permitirá a estudiantes y profesionales de la cinematografía nacional lo mismo que a trabajadores

2. “Comunicación, conservación y desarrollo regional”, publicado en La Iniciativa de Comunicación, el 22 de junio 2001.

3. Conferencia magistral en el “Seminario de Educación, Capacitación y Comunicación para el Desarrollo Sustentable en condiciones de Cambio Climático”, organizado por la UNESCO y la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), en México DF, 13 al 15 de octubre 2008.

1. “Bolivia: Medios de Comunicación Descentralizados – Por una Expresión Política y Cultural del Pueblo”. [TdA]



de la comunicación y la cultura nacional en general, rescatar y reubicar la importante función del personal de realizadores en la labor cinematográfica (la significación del trabajo de grupo que tan importante fue en la historia del cine latinoamericano) de explicarnos y comprobar el aserto de que la cinematografía es ante todo una obra colectiva y a saber que en la historia del cine están siempre presentes los sentimientos y las repuestas del pueblo ante cada uno de los hechos de la historia.”

La ambiciosa Antología

Quizás la obra a la que le ha dedicado Alfonso Gumucio más tiempo y más empeño ha sido la Antología de comunicación para el cambio social: Lecturas históricas y contemporáneas, libro de 1.414 páginas que preparó con la colaboración de Thomas Tufte. Se trata de una ambiciosa compilación de 200 textos de 150 autores de todo el mundo, cuya primera parte establece una cronología histórica del pensamiento sobre comunicación para el desarrollo y el cambio social, y la segunda parte aborda el debate temático de la década 1995-2005 sobre la comunicación en relación al poder, a la cultura, al desarrollo, a los movimientos sociales y a la sociedad de la información.

Al decir de Erick Torrico Villanueva, “no hay duda, por tanto, de que la Antología constituye un documento multidisciplinario de referencia insoslayable para quien

desea conocer en profundidad y en un amplio espectro el campo de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, a fin de orientar con mayor fundamento su actividad investigativa, formativa, planificadora o práctica. A la vez, representa el producto de un esfuerzo paradigmático para impulsar, en los hechos y en las orientaciones, el ejercicio del Derecho a la Comunicación.”⁴

Esta antología extraordinaria y única, es una obra cumbre de la literatura mundial en materia de comunicación para el desarrollo y el cambio social. Tenerla a la mano, en dos idiomas, es un privilegio equivalente al de contar con una enciclopedia universal de los principales escritos de nuestra disciplina y, como tal, no tiene par ni precedente.

Además de su muy rico contenido, tiene la ventaja de funcionalidad en su forma. En efecto, el ordenamiento de los textos que en una parte agrupa a diversos considerados históricos y en otra parte a los contemporáneos, facilita la lectura y permite familiarizarse con el proceso de evolución de la disciplina a partir de su iniciación en la práctica en los años 1950. Y también hace posible comparar los aportes hechos en continentes y en nuestra región. Por otra parte, contiene unos textos en su integridad y otros en buenos extractos y trae al final de cada texto breves pero útiles resúmenes sobre los autores. ¿Se podría pedir más? 📖

4. Reseña publicada en la revista “Estudios sobre las Culturas Contemporáneas”, Época II. Vol. XVI. Núm. 31, Universidad de Colima, México, verano 2010, pp. 305-308

Bibliografía

- Gumucio-Dagron, Alfonso** (1979). “Bolivie: Moyens de Communication Décentralisés, Vers une Expression Politique et Culturelle du Peuple”, en *Revue Tiers-Monde*, [Volume XX, N° 79], julio-septiembre, París (Francia).
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (1981). *El cine de los trabajadores*. Managua: Central sandinista de Trabajadores (CST). 154 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (1982). *Historia del cine boliviano*. México DF: Filmoteca UNAM, 332 págs. La Paz: Los Amigos del Libro, 376 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (1982). “El papel político de las radios mineras”, en *Comunicación y Cultura*, [8] México DF (México).
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (1989). *Comunicación alternativa y educación en Bolivia*. La Paz: Centro de Estudios Sociales (CENDES). 62 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso y Lupe Cajías**, editores (1989). *Las radios mineras de Bolivia*. La Paz: CIMCA. 230 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso**, compilador (1990). *Conservación, desarrollo y comunicación*. La Paz: Asociación de Periodistas, LIDEMA y Conservación Internacional. 194 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (1992). *10 pasos para organizar un seminario para periodistas*. Washington: Conservation International. 32 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (1994). *Popular Theatre*. Lagos: UNICEF. 176 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (2001). “Comunicación, conservación y desarrollo regional”, artículo publicado en *La Iniciativa de Comunicación*, el 22 de junio 2001.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (2001). *Haciendo olas: experiencias de comunicación participativa para el cambio social*. Nueva York: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social. 356 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (2001). “Communication for social change: key to participatory development”, Ponencia presentada en el seminario de UNESCO “Digital Opportunities for Central and Eastern Europe – Community Multimedia Centres”, en Bucarest (Rumania).
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (2006). “El mundo no alcanza: comunicación sostenible para un desarrollo sostenible”. Ponencia presentada en el Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo (Roma, octubre 2006). Lima: Revista Canalé.
- Gumucio-Dagron, Alfonso** (2008). “Políticas y participación: más allá de los mensajes”, conferencia magistral en el “Seminario de Educación, Capacitación y Comunicación para el Desarrollo Sustentable en condiciones de Cambio Climático”, UNESCO y Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). México DF.
- Gumucio-Dagron, Alfonso y Thomas Tufte** (2008). *Antología de comunicación para el cambio social: textos históricos y contemporáneos*. La Paz: Plural Editores y Consorcio de Comunicación para el Cambio Social. 1414 págs.
- Gumucio-Dagron, Alfonso, y Karina Herrera-Miller**, coordinadores (2010). *Políticas y legislación para la radio local en América Latina*. La Paz: Plural Editores. 474 págs.



Gumucio-Dagron: más allá de la euforia tecnológica

José Marques de Melo

Director de la Cátedra Unesco de Comunicación de la Universidad Metodista de Sao Paulo.

Resumen

El autor presenta una síntesis del pensamiento del comunicador boliviano y su propuesta acerca de la comunicación para el cambio social, partiendo de la historia del pensamiento comunicacional latinoamericano y ubicando al autor en la línea de tiempo de influencia y de evolución académica e investigativa en América Latina.

Palabras clave: Alfonso Gumucio, comunicación y cambio, cine boliviano, teatro popular, cambio social.

Resumo

O autor apresenta uma síntese do pensamento e propostas sobre a comunicação para a mudança social, do Alfonso Gumucio Dagron, baseada na história do pensamento latino-americano de comunicação e colocando o autor boliviano na linha do tempo da influência e do desenvolvimento acadêmico e de pesquisa na América Latina.

Palavras-chave: Alfonso Gumucio, comunicação e mudança, Bolívia cinema, teatro popular, mudança social.

Alfonso Gumucio-Dagron se destaca en la comunidad de las ciencias de la comunicación por su fidelidad orgánica al pensamiento latinoamericano, reconocido mundialmente por el compromiso que tiene con el cambio social.

Navegando contra viento y marea, este ícono boliviano protagonizó recientemente un hecho que tiene

significado histórico: lideró el proceso de difusión del pensamiento crítico en esta coyuntura de euforia tecnológica y de olvido de la memoria popular.

Estos y otros aportes al campo de la comunicación han sido importantes para fortalecer la mística latinoamericana en este cruce de signos ultraglobalizantes y de planteos neonacionalistas.



Para entender el papel de Gumucio Dagron en la vanguardia emergente del pensamiento comunicacional boliviano es indispensable ubicarlo en el escenario de la escuela latinoamericana de comunicación.

Paradoja

A partir de la caída de los gobiernos militares y de la reconstrucción de la democracia en América Latina, se nota el reflujo de los movimientos supranacionales. Eso constituye una paradoja, pues en plena edad de la globalización, una ola en cierto sentido nacionalista irrumpe en los países de la región. En consecuencia, se desarticula la vigencia del pensamiento colectivo, solidario y utópico.

La nueva generación de comunicólogos actúa de forma más individualista, integrando competitivamente redes plurinacionales, algunos abandonando la mística latinoamericana. El pensamiento mestizo, comprometido con el fortalecimiento de nuestra identidad cultural, se convierte en objeto de estudio histórico o etnográfico... hasta que sea redescubierto o revitalizado, después del agotamiento de la euforia cibermediática en la emergente sociedad del conocimiento.

Enfrentar las adversidades de la coyuntura neoliberal presupone la ampliación y el fortalecimiento de las comunidades nacionales de las ciencias de la comunicación. Con excepción de Brasil y México, que desde los años 70 poseen espacios académicos estructurados en torno a la INTERCOM (Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación) y de la AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación), solamente Bolivia viene esbozando una vitalidad asociativa.

Una demostración cabal del potencial emprendedor de ABOIC (Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación) son los congresos organizados bianualmente. Así también, la disponibilidad de su junta directiva para integrarse a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), albergando la entidad en la ciudad de La Paz, durante el trienio 2007-2010, y participando en la coordinación de varios grupos temáticos.¹

Chile y Argentina experimentan formatos peculiares de cooperación interinstitucional, pero no consolidados como estructuras permanentes, nacionalmente legitimadas. Ecuador, a su vez, recién fundó una sociedad nacional de investigadores, respaldada por CIESPAL.

En otros países donde se crearon entidades académicas como Venezuela, Perú o Colombia, las evidencias

¹ El propio Gumucio coordina el Grupo Temático sobre Comunicación y Cambio Social.

disponibles insinúan retrocesos asociativos, reflejo natural de las crisis socio-económicas o político-culturales que debilitan las respectivas sociedades nacionales.

Paradigmas

El pensamiento latinoamericano en comunicación ha sido producto de una reflexión colectiva, generada por la diáspora intelectual resultante del autoritarismo continental en el estertor de la "guerra fría". Pero es evidente el liderazgo ejercido por algunos de ellos, resultando en su proyección en el escenario internacional.

Los paradigmas mundiales del pensamiento latinoamericano de la comunicación indudablemente son:

- Años 40 –Octavio de la Suarée– cubano, fue el primer periodista a plantear el estudio científico de la prensa, cuya plataforma está descrita y argumentada en su libro Socioperiodismo (La Habana, 1947).
- Años 50 –Jorge Fernández– ecuatoriano, ganó proyección como periodista y escritor, publicando el libro Tránsito a la libertad (Quito, 1956), lo que respaldó su indicación para dirigir el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo en América Latina (CIESPAL), cuna del pensamiento mestizo que resultó en la consolidación de nuestra comunidad académica.
- Años 60 –Antonio Pasquali– venezolano, de formación europea, quien impulsó la reflexión dialéctica sobre la industria mediática, ejercitando una autonomía intelectual y valorando la dialéctica en los procesos comunicacionales.
- Años 70 –Luis Ramiro Beltrán– boliviano, de formación norteamericana, quien tuvo la audacia de hacer la crítica al difusionismo y rechazar el imperialismo, siendo hoy día considerado el padre de las políticas nacionales de comunicación.
- Años 80 –Jesús Martín-Barbero– español que optó por la ciudadanía latinoamericana. Repluyendo al determinismo político y económico vigente en el estudio de la comunicación, reivindicó las mediaciones socioculturales como variables indispensables a la comprensión de las sociedades mediáticas.
- Años 90 –Jorge González– mexicano, investigador de la comunicación que planteó la teoría de los frentes culturales, haciendo la interrelación de los medios masivos con las culturas subalternas.
- Años 00 –César Bolaño– brasileño, rescató la dialéctica marxista para revisar críticamente las industrias mediáticas, creando las redes investigativas

de economía política de la información y de la comunicación.

Íconos bolivianos

La investigación de la comunicación en Bolivia tiene naturalmente sus paradigmas intelectuales. Pero hay un grupo de investigadores académicos que ganaron visibilidad internacional. Intentando ubicarlos históricamente, desde una mirada foránea, llegamos al siguiente cuadro de referencia:

- Años 40 a 50 -Gustavo Adolfo Otero- periodista y diplomático, autor de la primera obra panorámica sobre periodismo y cultura en América Latina, teniendo repercusión en todo el continente.
- Años 60-70 -Luis Ramiro Beltrán- cineasta y planificador de la comunicación que fue ejecutivo o consultor de organizaciones internacionales en Costa Rica, Colombia, Ecuador, siendo galardonado con el Premio McLuhan por su labor en el campo comunicacional. Después de jubilado, optó por vivir en su país, liderando un importante estudio sobre la historia de la comunicación precolombina.
- Años 80 -Raúl Rivadeneira Prada- periodista y escritor que buscó refugio en la ciudad de México, donde publicó obra relevante sobre la teoría del periodismo, que todavía circula en América Latina. A su regreso a Bolivia se dedicó al estudio de la televisión, y hoy integra la Academia Boliviana de la Lengua.
- Años 90 -Erick Torrico Villanueva- licenciado en ciencias de la comunicación, ingresó temprano en el campo investigativo, liderando proyectos de interés público y organizando la comunidad nacional de investigadores de la comunicación. Fue reconocido por sus pares, conquistando la presidencia de ALAIC y publicando libros y artículos en varios países de la región.
- Años 80 a 00 -Alfonso Gumucio-Dagron- periodista y cineasta graduado en París, regresó a Bolivia en 1978 para completar su Historia del Cine Boliviano. Exiliado por segunda vez en México, en 1980, completó su formación intelectual y publicó obras que proyectaron internacionalmente la cultura boliviana. Alterna estancias en Bolivia y otros países, después de haber liderado uno de los proyectos más significativos de respaldo al pensamiento comunicacional comprometido con el cambio social.

Perfil intelectual

La historia de vida de Alfonso Gumucio-Dagron refleja más bien la epopeya del andariego cuya nacionalidad

boliviana es un sencillo referente histórico, porque su trayectoria intelectual le convierte en auténtico ciudadano del mundo.

Desde cualquier ángulo de su biografía se puede observar la peregrinación que hizo alrededor del planeta, hoy en París, Francia, mañana en Kélibia, Túnez, pasado mañana en Recife, Brasil, para visitar, en el próximo bimestre: Montréal en Canadá, Zacatecas en México o Tipaza en Argelia.

El muestreo se reproduce cuando miramos la geografía de su producción editorial. Gumucio tiene más de 20 libros publicados en 8 países: Bolivia, Venezuela, Nicaragua, Francia, México, Nigeria, Papua Nueva Guinea, Estados Unidos. El mapa se agiganta cuando observamos su participación en antologías y obras colectivas o en medios periodísticos: Japón, Cuba, Alemania, Italia, Colombia, Suiza, Argentina, Suecia, España, Inglaterra, India, Holanda, Uruguay, Puerto Rico, Canadá, Bélgica, Brasil, Ecuador, Panamá y Perú, entre otros.

Su formación académica está anclada en el territorio de la literatura y el cine, pero su ejercicio profesional se ha ubicado en el campo comunicacional. Fotografía, cine, literatura y periodismo constituyen oficios alternados en su vida laboral, sin excluir la docencia, la consultoría y la investigación.

Pero su experiencia profesional no deja dudas sobre sus competencias: Alfonso se tornó un especialista en comunicación para el desarrollo en los campos de salud, educación, agricultura, ecología, o ciudadanía.

Tanto tiempo de actuación en proyectos internacionales le brindó la acumulación de un tipo de saber empírico, que él transformó en conocimiento teórico cuando se dedicó a su más importante trabajo intelectual. Durante más de 10 años ha hecho la revisión crítica de la literatura mundial sobre el pensamiento crítico en comunicación, lo que resultó en una antología monumental, cuya organización fue una tarea compartida con Thomas Tufte, latinoamericanista apasionado e investigador disciplinado.

Publicada inicialmente en inglés el 2006 con el respaldo institucional del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social (CFSC) y el 2008 en español en La Paz, Bolivia, con el sello de Plural Editores (2008), la Antología de Comunicación para el Cambio Social: lecturas históricas y contemporáneas, conquistó un lugar destacado en la bibliografía mundial de las ciencias de la comunicación. Al mismo tiempo proyectó a Alfonso Gumucio Dagron en el escenario de la escuela latinoamericana de comunicación como legítimo sucesor de su compatriota Luis Ramiro Beltrán, quien ocupa el lugar de mayor densidad teórica en esta obra colectiva,

dialogando con sus compañeros de generación: Antonio Pasquali, Juan Díaz Bordenave, Fernando Reyes Mata, Héctor Schmucler, Mario Kaplún, sin olvidar sus predecesores: Luiz Beltrão, Paulo Freire, Augusto Boal, y Orlando Fals Borda. Gumucio tiene, además, el privilegio de compartir el espacio con los pasajeros de su tiempo: Martín-Barbero, Rafael Roncagliolo, Rosa María Alfaro, Gustavo Cimadevilla, Luis Gonzaga Mota, Cicilia Peruzzo, entre otros.

Pensamiento Gumuciano

La cobertura abarcadora de las ideas que integran el pensamiento comunicacional de Alfonso Gumucio Dagron dificulta la tarea de exponerlas sumariamente. Por eso, intentaremos construir un mosaico ideológico del pensador boliviano permitiendo un acercamiento de la nueva generación de estudiosos de la comunicación a su legado cognitivo.

Nuestra fuente de referencia es la entrevista que Gumucio brindó a Hugo Aguirre Castañeda, en 24 de julio de 2008 (ANT, Canalé 2). Elegimos cuatro aspectos clave: Comunicación dialógica, Comunicación participativa, Escuela latinoamericana y Pensamiento crítico.

Comunicación Dialógica

“La comunicación, como diálogo, como proceso de participación puede contribuir a que la gente se apropie de su destino, fortalezca su identidad y su cultura, y desarrolle su conocimiento. También puede influir en las organizaciones para el desarrollo de manera que su planificación sea menos vertical y más sostenible, y para que su mirada se proyecte hacia un horizonte de largo plazo en el que la sostenibilidad del planeta es lo esencial”.

Comunicación participativa

“Nuestra apuesta, definitivamente, es a favor de una comunicación como proceso, basada en la participación y en el diálogo. Rechazamos los modelos verticales que se limitan a la diseminación de información por los medios masivos. Creemos que lo que hoy se conoce como comunicación para el cambio social es el resultado de muchos aportes interesantes.”

Escuela latinoamericana

“Una de mis críticas a los estudios universitarios de comunicación, es que siguen dependiendo enormemente de las lecturas de los pioneros de Estados Unidos, como Rogers, Schramm o Lerner. Nuestros estudiantes saben más sobre ellos que sobre Pasquali, Beltrán o Díaz Bordenave. No conocen el pensamiento sobre comunicación que se ha generado en Asia, África

y América Latina. Ni siquiera conocen a los nuevos autores de Estados Unidos o de Europa. Lo más grave de esto es que ignoran que América Latina ha estado en la vanguardia desde los años sesenta, pero por el idioma sus principales autores no han sido reconocidos a nivel mundial.”

Pensamiento crítico

“Entonces, fue una decisión desde el principio rescatar a los pioneros de Asia, África y América Latina y demostrar que su aporte al pensamiento de la comunicación para el desarrollo había sido tan importante – y a veces más importante que el de algunos pensadores de Estados Unidos. Por primera vez se tradujo el texto de Pasquali al inglés, cuya profundidad de pensamiento deja muy atrás a Lerner, por ejemplo. También quisimos dar un lugar merecido a los autores europeos, generalmente poco difundidos.”

Bibliografía

Cine, censura y exilio en América Latina. La Paz: Ed. Film-Historia. 1979.

Les cinemas d'Amérique Latine. Paris: Textimages. 1981.

Historia del cine boliviano. La Paz: Los amigos del libro. 1982.

Luis Espinal y el Cine. La Paz: CIMCA. 1986.

Popular Theatre. Lagos: UNICEF. 1994.

Making Waves: participatory communication for social change.

New York: Rockefeller Foundation. 2001.

Antología de Comunicación para el cambio social. La Paz: Plural Editores. 2008.

Referencias

Marques De Melo, José. Comunicación Multicultural en Iberoamérica: Historia contextual y teoría comparada. São Paulo: Cátedra UNESCO/UMESP. 2010. E-book: <http://issuu.com/encipecom2/docs/comunicacionmulticultural>

Pensamiento Comunicacional Latinoamericano. Sevilla: Ediciones Comunicación Social. 2009.

Teoria da Comunicação: Paradigmas Latino-Americanos. Petrópolis: Vozes. 1998.

Communication for a New World. São Paulo: ECA-USP. 1993.



Gumucio y su cámara, Magdalena abajo

Amparo Cadavid Bringe

Historiadora y comunicadora social, investigadora de la comunicación.

Resumen

La autora narra una experiencia de trabajo en una comunidad colombiana con comunicadores de base y parte del aporte de Gumucio Dagron a la bibliografía de comunicación para el desarrollo y su mayor aporte a la realización de los proyectos basados en sus textos analíticos. Teoría y práctica se palpan en este texto.

Palabras clave: trabajo comunitario, comunicación para el cambio, radio popular, radio comunitaria.

Resumo

O autora relata uma experiência de trabalhar num jornalistas baseados na comunidade colombiana e parte da contribuição de Gumucio Dagron para a literatura de comunicação para o desenvolvimento e maior contribuição para a implementação de projetos baseados em seus textos analíticos. Teoria e prática são palpáveis neste texto.

Palavras-chave: trabalho comunitário, comunicação para a mudança, rádio popular, rádio comunitária.

Previamente

Mucho antes de conocer personalmente a Alfonso Gumucio-Dagron, había leído sus textos sobre cine; en una monografía que preparé a comienzos de los ochenta sobre el trabajo de los cineastas colombianos Marta Rodríguez y Jorge Silva (CADAVID. 1985), incluí varias citas de sus trabajos (GUMUCIO. 1984), los cuales fueron de gran aporte especialmente por su agudeza en el tratamiento del concepto de memoria que está en la base de este género cinematográfico.

En ese entonces el debate que teníamos activistas y estudiosos de la comunicación en la región no era sobre su relación con el cambio social, sino con el desarrollo, y muchos de nosotros estábamos más orientados a mirar los aportes de la literatura y las artes (como el cine y el teatro) a la construcción de ese campo de reflexión que

hoy llamamos "comunicación y cambio social". Esta etapa que comprende los últimos 20 años del siglo XX genera una gran actividad tanto de quienes tienen la responsabilidad de diseñar y poner en práctica estrategias de comunicación para acompañar planes de desarrollo en los distintos sectores nacionales e internacionales, como de aquellos que desde las ONG y las organizaciones de la sociedad civil buscan caminos diferentes para abrir campo en la sociedad a otras alternativas de comunicación que surjan de sus propios intereses.

Más tarde tuve acceso a su trabajo **Haciendo Olas** (GUMUCIO. 2001) que es pionero en el esfuerzo de sistematizar experiencias variadísimas alrededor del mundo, analizándolas desde las mismas categorías, para evidenciar lo común que hay en ellas. Es un trabajo valioso porque muestra esa fuerza común y ese anhelo que reposa en las comunidades del planeta por



expresar su voz, su riqueza cultural y encontrar caminos propios para establecer encuentros y diálogos con sus grupos de referencia y otros de su entorno. Sin hacerlo evidente da un salto cualitativo de lo social-comunitario a lo político; muestra cuidadosa y detalladamente cómo este campo de la comunicación a la cual pertenecen estas experiencias es el espacio en el cual se va de los intereses individuales a los colectivos, creando la primera construcción de lo público, y a su vez son el eslabón que encadena los intereses particulares de una comunidad con las demandas políticas que de allí deben surgir en el juego de la democracia. Este texto es hoy un clásico en las escuelas de comunicación de la región por ser un lugar de encuentro de estudiantes, maestros, investigadores y activistas. Muestra un panorama amplio y a la vez propone elementos de reflexión, hasta entonces novedosos.

Experiencia cinematográfica

Alfonso Gumucio es un profesional multifacético, como buen latinoamericano. Es un estratega de la comunicación para el cambio social y ha escrito libros, artículos y ponencias sobre diversos aspectos de este campo. También es poeta, con varios libros publicados, fotógrafo con varias exposiciones y publicaciones en su haber. Es un periodista que escribe regularmente en Bolpress y en su blog, Bitácora memoriosa, entre otros. Pero su verdadera profesión, aquella para la cual fue a la universidad y se formó en la academia, es el cine.

En este campo tiene un recorrido largo y una serie de producciones: - Señores Generales, Señores Coroneles (Bolivia 1976 – 75 min); - Tupaj Katari - 15 de noviembre (Bolivia 1978 – 17 min); - El ejército en Villa Anta (Bolivia 1979 – 22 min); Comunidades de trabajo (Bolivia 1979 – 22 min); Domitila: la mujer y la organización – (Bolivia 1980 – 30 min); - Cooperativa Sandino (Nicaragua 1981 – 40 min); The voice of the mines (Bolivia/Unesco 1983 - 29 min) co-dirigida por Eduardo Barrios; Primo Castrillo, poeta (Bolivia 1984 – 34 min); Bolivia: Union Rights (Bolivia/Netherlands, 1988 – 27 min); Oloruntoba (Nigeria, 1994 – 12 min); Sous lavi – (Haiti, 1997 – 16 min); La Primerísima – (Nicaragua, 2004 – 11 min); Voces del Magdalena (Colombia 2006 – 37 min); y Mujeres de Pastapur (India 2008 – 28 min) que recoge bellamente una experiencia de uso del video en manos de mujeres pobres de esa localidad en India, para recoger la memoria y así tener un apoyo para transmitir sus conocimientos en medicina tradicional y otros temas.

Su interés por el cine no se ha limitado a filmar películas, sino a enseñar a campesinos y a obreros a través de talleres focalizados en intereses concretos. En este campo su experiencia más significativa fue el Taller de Cine Super 8 de la CST (Central Sandinista de Trabajadores) en Nicaragua, que creó y llevó adelante en 1980, a inicios del proceso revolucionario, para apoyar la alfabetización económica.

Gumucio ha escrito bastante sobre cine. Algunos de sus libros más significativos son: "Cine, censura y exilio en América Latina" (1979); "El Cine de los Trabajadores" (1981), que escribió mientras dirigía el Taller de Cine de la CST en Nicaragua; "Historia del cine boliviano" (1982), "Luis Espinal y el cine" (1986), y con el crítico de cine francés Guy Hennebel: "Les Cinémas d'Amérique Latine" (1981), publicado en Francia.

El encuentro

Fue en 2003, en el Congreso de la red global OurMedia /NuestrosMedios¹ realizado en Barranquilla, Colombia, en el cual participé llevando una experiencia de comunicación para la convivencia y la paz, que tuve la oportunidad de conocer personalmente a Alfonso Gumucio, uno de sus organizadores. En medio de tantos colegas internacionales con quienes hemos compartido y construido este campo, los intereses y reflexiones comunes aparecieron muy pronto.

Gumucio se interesó por un proyecto que era experimental en ese entonces: la alianza entre una universidad de Estados Unidos (Oklahoma), dos colombianas (Universidad Javeriana de Bogotá y Universidad del Norte de Barranquilla) y una red de emisoras comunitarias de una región en conflicto en Colombia (AREDMAG - Red de Emisoras Comunitarias del Magdalena Medio). La investigación pretendía sistematizar y recoger de manera participativa y cualitativa la experiencia de esta red que llevaba entonces cerca de 10 años de actividad en una zona muy violenta, logrando influencia en las comunidades, solidaridad entre las emisoras e interlocución con instituciones y organizaciones locales, regionales y nacionales, dejando importantes lecciones entre sus miembros y en las mismas comunidades.

Este trabajo que se desarrolló entre 2003 y 2005, tuvo apoyo, entre otros, del Consorcio de Comunicación para el Cambio Social², y al terminar Gumucio propuso realizar una película documental que sintetizara sus principales aspectos y pudiese inspirar a otras experiencias en condiciones similares.

El rodaje

Fue así como Alfonso Gumucio, entonces director ejecutivo del Consorcio, y yo, que formaba parte de la alianza y de la Universidad Javeriana, hicimos equipo con AREDMAG para realizar "Voces del Magdalena, comunicación para la paz", con escasos recursos. Ambos

1 Ver <http://ourmedianetwork.org/> Red global que fue creada para facilitar un diálogo de largo plazo entre activistas, productores, académicos y expertos en política en el campo de la comunicación.

2 Además de las universidades, y el Consorcio, esta experiencia tuvo apoyo del Laboratorio de Paz de la Unión Europea para el Magdalena Medio, el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio y AREDMAG.

fuimos guionistas – con base en un plan propuesto por la misma Red – él hizo la dirección y la cámara, y yo la producción, musicalización y locución.

Fueron tres semanas de rodaje a lo largo de la parte media del río Magdalena en Colombia, llamada la Región del Magdalena Medio, famosa por la producción de petróleo, de palma africana, de ganadería, de pesca artesanal y por una de las guerras internas más crueles y prolongadas de la historia del país. En ese contexto destaca la red de radios comunitarias, AREDMAG, que es líder en el contexto nacional; así como destaca la abundancia y exhuberancia de la cultura local: música, bailes, poesía, literatura, teatro, que la guerra no ha podido acallar, ni siquiera disminuir.

Las tres semanas de filmación como equipo, con la participación permanente de los miembros de AREDMAG en cada localidad, abrieron la posibilidad de una conversación triangulada entre Alfonso, con su mirada internacional y multifacética, los participantes en la red con su experiencia local, radiofónica, civilista y de convivencia, y la mía desde mi experiencia en zonas de alta pobreza y violencia como responsable de proyectos, pero también como académica e investigadora.

Puedo sintetizar de esos días de intenso trabajo -recorrimos 700 kilómetros de río y filmamos en 14 localidades- un debate continuo entre las expectativas de Gumucio que quería ver encarnada en cada experiencia visitada y filmada la coherencia de "la radio comunitaria, participativa y transformadora", por una parte, y por otra, los logros de comunidades pobres y en conflicto, que deben amoldarse a lo que es posible desde donde viven sus cotidianidades. Por mi parte, adopté una actitud más bien silenciosa de observación, e intervenía sólo cuando era necesario adicionar algo para esclarecer algún aspecto.

AREDMAG y la teoría de la comunicación para el cambio social

¿Cuáles eran esas expectativas y requerimientos de Alfonso Gumucio hacia a las radios comunitarias locales? Aquellas que ya había aplicado en sus categorías de análisis en Hacienda Olas y que habían surgido de sus observaciones y vivencias como experto en comunicación para el desarrollo, en organizaciones internacionales.

La primera de ellas era la participación de la comunidad en las radios y su empoderamiento, tanto en los aspectos de programación, definición de agendas y producción de programas, como en su sostenibilidad. Allí puso su ojo escrutador y las principales preguntas, que no siempre fueron respondidas a satisfacción. Se evidenció que en zonas de conflicto, lo primero que destaca son las relaciones sociales y la circulación de información de interés público. Las radios hacen esfuerzos inmensos

en mantener las relaciones sociales propias de una comunidad –en muchos casos rurales– pero a veces no lo logran y quienes quedan liderando la emisora, que si bien en número son pocos, sienten que representan a muchos más y se entregan a la labor. También se descubrió que el análisis de las agendas no puede evadir el control o presión que ejercen grupos armados a nivel local, poniendo límites a la información sobre hechos que no son "convenientes" aunque generalmente son los que más necesitan ser divulgados. En este sentido, los radialistas se han dado maneras para generar atajos al control de información a través de la creatividad.

Otro aspecto que interesó a Gumucio fue si las emisoras lograban o no ejercer vigilancia sobre las acciones de los gobiernos locales, tema que motivó largas conversaciones con los líderes locales. Si bien en lugares como Puerto Wilches se habían logrado grandes avances en la implementación de los planes del gobierno local, gracias al seguimiento cotidiano de la emisora, en otros ésta había abandonado proyectos centrales para la comunidad por amenazas de políticos no muy honestos, pero con poder. En estos últimos casos el diálogo por parte de Gumucio fue muy insistente en buscar alternativas y no dejar que esto sucediese.

En otro aspecto como la lengua y pertinencia cultural hubo un gran reconocimiento a las emisoras. Tanto, que en la versión final de la película este tema ocupa cerca de una tercera parte y dedica más de tres minutos a mostrar cómo los jóvenes de un pueblito ribereño, Gamarra, preparan sus vestuarios e instrumentos musicales para hacer un espectáculo donde muestran cómo la emisora es el vehículo principal para crear y recrear cotidianamente su cultura.

En el tema de los contenidos locales Gumucio descubrió una arista clave en esta región en conflicto. Fue la manera como estas emisoras logran abordar y elaborar el tema de la convivencia y desarrollarlo con creatividad y resultados positivos en una región tan violenta. Si algo lo deslumbró fue esto, los testimonios de programadores, locutores, productores y personas de la comunidad que mostraban las múltiples maneras en que le salen al paso a la violencia que rompe su tejido social, para hacer resistencia a través de del uso de la palabra y de la música.

Al aplicar como criterio de análisis el uso de tecnología apropiada, sobresalió –no necesariamente a gusto de Gumucio– el abandono de la tecnología analógica para apropiarse de las innovaciones digitales. En la mayoría de los casos ello conlleva sacrificios económicos y de capacitación para las emisoras, además de desechar equipos que no eran totalmente obsoletos. Este debate sobre la tecnología apropiada en radios con limitaciones presupuestales fue una arena para el aprendizaje mutuo y sobre todo, para hacer aflorar argumentos en pro y en



contra de los cambios radicales. La posición de Gumucio era que esos cambios debían ser paulatinos y de acuerdo con las necesidades y las posibilidades de inversión, sin sacrificar otros rubros del presupuesto, mientras que los radialistas expresaron que los viejos equipos analógicos podían sugerir una situación de pobreza material y de espíritu. Yo leía en este diálogo que la opción tecnológica llega a convertirse en símbolo de amor propio y de dignidad colectiva en una emisora comunitaria.

Un aspecto satisfactorio para Gumucio fue la existencia de una convergencia regional comunicativa, expresada en una red de radios comunitarias locales que funciona. Durante la filmación escuchó por largas horas a los líderes de cada emisora y de AREDMAG cuando contaron su historia y hablaron de las dificultades y obstáculos que tuvieron que sobrepasar. Hizo muchas preguntas porque en el diálogo se sentía aprendiendo, ampliando su repertorio de experiencias de redes, en lo cual también ha sido pionero. Sus primeros escritos sobre radios mineras ya exploraron e indagaron en las raíces de estas prácticas comunicativas como formas de crear redes sociales, comunitarias y comunicativas asociadas al proyecto de vida de un sector social, que no puede dejar de verse como una forma de accionar político. No es diferente el caso del Magdalena Medio.

Como observadora me nutrí de estas conversaciones a múltiples voces que se hundían en el tejido de comunidades activas y propositivas que -a pesar de sus grandes limitaciones- evidencian ese lazo de lo político que surge de realidades sociales, con posiciones claras sobre el futuro que les pertenece.

Durante el proceso de filmación de la película Gumucio puso en práctica en su propio quehacer de cineasta los principios que ha elaborado teóricamente y que enseña por todo el continente: la comunicación para el cambio social es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos. (GUMUCIO en CADAVID. 2011)

La composición final: editando a varias manos

La primera fase del trabajo estuvo marcada por la obsesión de Gumucio de encontrar en la realidad colombiana aquello que ha extraído de una visión global de las experiencias emancipatorias, éticas, participativas y justas. No fue menor su determinación en el proceso de edición, para continuar en el mismo tono, ya no como pensador e investigador sobre el tema, sino trayendo a la mesa de edición su larga trayectoria como director de cine documental y periodista de opinión. Gumucio es multifacético, como sabemos sus colegas y lectores latinoamericanos, tan pronto publica un artículo crítico de opinión política regional como un escrito de análisis sobre el campo de la comunicación para el cambio social, o nos hace testigos de sus películas o exposiciones de fotografía.

Todo ello combinado, ofrece como resultado un trabajo exigente que en este proyecto cumplió la meta de lograr un documental que a pesar de su bajo costo de producción, cumple con los requisitos de calidad cuidados hasta el último detalle.

La música, que pude sugerir porque tenía la ventaja de haber trabajado en una recopilación anterior, procede casi en su totalidad de la región. Una parte de ella fue grabada durante el recorrido por el Magdalena Medio y otra prestada de grabaciones poco conocidas. Para aterrizar geográficamente a los espectadores del documental en la región, el video comienza con un mapa de América Latina que poco a poco acerca esta parte del mundo tan pequeña vista desde el espacio, hasta que la imagen enlaza con una lancha navegando por el caudaloso río, que desde la imagen de satélite aparecía como un tenue hilo azul.

Cada diálogo o entrevista, cada escena y cada toma están calculados con exigencia para que correspondan a esta manera de hacer comunicación. Si bien "Voces del Magdalena" termina siendo un trabajo de autor, más que colectivo, se respetan hasta el detalle los aportes y sensibilidades de quienes participamos. No puedo decir que el trabajo haya sido fácil, no sólo por los inconvenientes de desplazamiento y la inseguridad imperante en la región, sino también por la necesidad de mantener la coherencia, que ambos compartimos, entre pensamiento y acción.

El resultado no fue solamente la película documental que hoy circula a través de redes y universidades, y que ha sido vista y comentada en la misma región, sino cientos de fotografías tomadas en el trayecto, que también fueron devueltas para su uso en cada municipio. Lo más valioso fueron las conversaciones que enriquecieron a las emisoras, a sus líderes, a la Red, a Gumucio y a mí. Tuvimos la fortuna de encontrar las puertas abiertas en ese bello y legendario lugar, para producir entre todos esta experiencia que definitivamente ha dejado huella.

Bibliografía

- Cadavid, Amparo y PEREIRA, José Miguél (eds.). **Memorias de la Cátedra UNESCO de Comunicación, Desarrollo y Cambio Social**. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Corporación Universitaria Minuto de Dios. 2011.
- Cadavid, Amparo. **En búsqueda de la memoria popular: el cine de Marta Rodríguez y Jorge Silva**. Quito: UNESCO. 1985.
- Gumucio-Dagron, Alfonso. "Cine, Historia y Memoria Popular" en Revista Chasqui No. 12. Quito: CIESPAL. 1984.
- Gumucio-Dagron, Alfonso. **Haciendo Olas, comunicación participativa para el cambio social**. Nueva Jersey: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social. 2001.



Andares y pesares:

Alfonso Gumucio, poeta

Raúl Teixidó

Boliviano, escritor radicado en Cataluña

Resumen

El autor presenta la faceta de escritor lírico de Alfonso Gumucio. Antología del asco es su primer libro de poemas que es comentado por Teixido, con el afán de bosquejar la sindéresis poética con el accionar comunicativo de Gumucio.

Palabras clave: Gumucio, poesía, comunicación creativa

Resumo

O autor apresenta o aspecto da letra escritor Alfonso Gumucio. Antologia de nojo é seu primeiro livro de poemas é discutida por Teixido, em um esforço para delinear a poética sindérese ação comunicativa Gumucio.

Palavras-chave: Gumucio, poesia, comunicação criativa

Asia, África, Pacífico Sur, el Caribe, Latinoamérica. Centro y periferia. De Norte a Sur y de Este a Oeste. Cinco continentes, cinco sentidos. El mismo hombre. Y un solo propósito.

En 1939, Antoine de Saint-Exupéry, uno de los más grandes humanistas del Siglo XX, escribió una frase que podría interpretarse como una genial intuición de los retos que plantearía en el futuro la denominada "sociedad de la información" en la que nos encontramos inmersos: "Es preciso crear vínculos entre los hombres. Tender puentes, unir esas luces que por la noche brillan solitarias en la inmensidad de la llanura".

Por su parte, los sociólogos enunciaron ya desde los años 60 el concepto de "aldea global", para definir lo que empezaba a ser la red de múltiples inter-relaciones que luego se extendería gradualmente a todas las ciudades y a todos los países, por encima de las fronteras convencionales.

La comunicación para el cambio social, en el sentido y magnitud que hoy en día implica este concepto es, de hecho, inconcebible, sin la inter-acción de dos factores implícitos en su enunciado: hombre y sociedad, consustanciales, consustanciados. Realidad social y voluntad de modificarla. De lo contrario, todo se reduciría a especulación filosófica, a slogans y a más burocracia.

Situarse ante el mapa de la realidad, examinar el terreno sobre el que nos proponemos actuar. Y actuar. Es decir, abrir surcos allí donde haga falta llevar la savia del conocimiento; infinitos puntos de nuestra "aldea" planetaria y sus casi inabarcables confines aguardan el momento de nacer al mundo de la comunicación y del progreso.

Labor de enormísimas proporciones y de largo alcance, claro está, que se lleva a efecto dando pasos muy pequeños y requiere de sus artífices una cualidad muy parecida a la paciencia del sembrador. En el fondo, se trata de una



cuantiosa inversión en valores humanos, cuyos dividendos están destinados al beneficio colectivo de los habitantes de ese variopinto y bullente campo de operaciones que un comunicador social tiene ante sus ojos.

Hace décadas que Alfonso Gumucio-Dagron (La Paz, Bolivia, 1950) vive involucrado en esa aventura, según lo testimonian las páginas de "Chasqui" dedicadas a describir su labor en este campo. Gumucio es además periodista, cineasta, escritor y poeta, oficios puestos de manifiesto a través de centenares de artículos de prensa publicados en diferentes países, películas documentales, ensayos, libros de relatos y cinco colecciones de poemas, publicadas entre los años 1979 y 2005.

En el terreno de la creación literaria, su obra nunca estuvo sujeta a términos contractuales o plazos de entrega (para bien o para mal). Eso determinó que el autor publicara su obra poética y narrativa cuando estimaba oportuno hacerlo, como lo saben muy bien aquellos escritores que "van por libre".

De ahí que sus libros de poemas sean verdaderos frutos en sazón, madurados al sol de las circunstancias, y convertidos luego en palabra escrita. En términos de estética literaria, diríamos que lo subjetivo se objetiva al traducirse en palabras o imágenes, abandona su existencia larvada, secreta, y sale a luz. ¿Poesía intimista? ¿Qué duda cabe! O "subjetiva", si se prefiere, para quien le agraden los bizantinismos. Lo cierto, por encima de todo, es que un cineasta, un escritor —un creador, en suma— será siempre un animal subjetivo, por muy directos y específicos que resulten luego los asuntos desarrollados en su obra a través del medio escogido para expresarse.

Antología del asco (1979), fue su opera prima nacida en tiempos difíciles. Los años 1979 y 1980, que alguien denominó "bienio de la infamia", fueron especialmente arduos y conmocionaron la política boliviana. Gobiernos de facto al servicio de intereses foráneos dejaron un macabro saldo de opositores desaparecidos, asesinados, encarcelados o exiliados (en suma, nada nuevo bajo el sol de América Latina). Gumucio, quien vivió precisamente el exilio durante la dictadura del General Bánzer, dio su adiós forzoso a correligionarios y amigos que quedaron atrás. En esas amargas circunstancias de los primeros años de la década de los 1970, escribió su **Antología del asco**, libro publicado años más tarde por una editorial artesanal que, no por azar, se denominaba Palabra Encendida.

"Testimonio doloroso y rebelde, de vivencias y acontecimientos propios de los pueblos inmersos en el laberinto de túneles de alcantarilla del fascismo", escribió sobre este libro el escritor boliviano René Bascopé Aspiazú, ya fallecido. "¿Qué podía hacer un poeta que siente que la agonía de su pueblo es su propia agonía?

—prosigue el citado autor—. ¿Qué podía hacer un poeta con el alma exiliada para desmentir a los retóricos y a los esotéricos que proclamaban desde los suplementos literarios que todo iba bien? (...) Sentir asco, morir de náuseas. Porque hubo mucho asco, mucha náusea, en la mueca de los torturados, en los ríos de sangre, en las oficinas de los Servicios de Inteligencia".

Los versos de **Antología del asco** son como un informe urgente, de palabra afilada y violenta. El libro se abre con versos emblematizados que rezuman "un eco de la ira, elaborado con dolor y pasión" —como ratifica Bascopé: "Este verso saca un recuerdo: / un recién nacido recién muerto / de hambre caballero del subdesarrollo / señora con-olor-a-chanel-five / qué caradólares son ustedes!"

Sucesión iracunda, vertiginosa, de poemas que reflejan una situación-límite, bajo negras nubes que cubrían el cielo de La Paz, presagiando una larga e inclemente tormenta. **Antología del asco** tendría una década después su contrapartida en prosa, el testimonio *La Máscara del Gorila*, sobre la dictadura del General García Meza que se implantó en Bolivia en 1980, similar a los que padecían ya Chile y Argentina. Libro imprescindible para entender en profundidad el mecanismo de aquellos sistemas represivos que marcarían a fuego a gentes y pueblos de América durante varias décadas, *La Máscara del Gorila* recibió en 1982 el Premio Testimonio, otorgado por el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) de México.

A juicio del mexicano José Domingo Argüelles, "la obra de Alfonso Gumucio posee la característica fundamental para ser trascendente: "en ella se reconocen cientos, quizás miles de hombres, que vivieron esos dramas". A su vez, el crítico Saúl Juárez, corrobora: "Las sombras que deambulan por el libro de Alfonso Gumucio, sin encontrar sentido a sus pasos, gente muerta que aún posee cuerpo y conciencia, descansan en la esperanza de construir un futuro con herramientas más humanas".

El siguiente poemario fue **Razones Técnicas** (1980), una colección de poemas sobre el amor y el desamor, y sobre el complejo proceso que nos lleva de uno a otro, y viceversa. Versos compuestos con el extraño impudor que lleva a los artistas a confesar sus pecados en público. El amor despierta, como ave que echa a volar, y termina, entre lágrimas y copas rotas: pasión que se extingue, promesas incumplidas, desengaño(s). Amor que se consume —y se consume— revelando la vulnerabilidad de los amantes, enfrentándolos consigo mismos y con sus propias limitaciones (la carne es triste, dijo cierto poeta decimonónico y demonizado). A nadie le está permitido retornar al "territorio original" (al de antes del amor), o a la soledad de su propio infierno, como se prefiera.

El libro se divide en tres secciones, designadas irónicamente por medio de una terminología de



registro mercantil: "Balance de otoño" (partidas que acaban en tablas, eventuales beneficios; "Déficit" (deudas acumuladas por mala gestión o expectativas desmesuradas; y "Quiebra declarada" (la dura acometida de los reproches y de los números rojos. La hora de la verdad).

Razones técnicas es un título tomado en préstamo de un verso de Julio Cortázar, respecto a quien Alfonso Gumucio se considera "deudor". No obstante, el autor de Rayuela, en una carta dirigida a Gumucio, corrobora aquello que escribió Cervantes: "lo que se sabe sentir, se sabe expresar":

El tono, la música y mucho del contenido de sus poemas me son familiares. Usted, el primero, dirá lo que me decía en la dedicatoria, o sea que me debe algo. Pero no creo que sea ese algo que me acerca a su poesía, sino simplemente una afinidad entre poetas. Como tan bien lo vio John Keats, el poeta es poroso, es una esponja que absorbe y devuelve, pero entre las dos cosas se instala siempre la voz personal, la experiencia irremplazable e intransferible. Y además sus poemas me gustan porque son ceñidos, sin nada que sobre, y eso no es frecuente entre nosotros.

De **Razones Técnicas** dice Cortázar en la misma carta: "lo encuentro, lo leo y lo quiero"; afinidad entre poetas que escriben con alegría, a pesar del dolor, como en estos versos de "Año nuevo vida":

Te escribiré una carta / con mi garrapata loca
que se tiende / y se despliega, que se agacha
/ que se esconde, que salta / y se transforma.
/ Tal vez tan sólo una tarjeta. / Cuatro frases
locas y un moderado / signo de exclamación
para que rime / con próspero, con feliz / que
son palabras en boca de cualquiera / cuestan
poco, están en el mercado / no se agotan, no
pasan de moda / no se cansan de mentir.

Del poemario **Sobras completas** (1984), recuperemos versos de "Polvo Negro"; nada desdeñables, a pesar de lo que pareciera sugerir el título del libro: "Camino con un agujero / en el pecho y en el bolsillo / más grave, siento mi piel quemada / una carta desgarrada, una llave fría / una estampilla burbujeante."

Seis años después (y otros tantos pasos y retrocesos, dudas y alguna certeza final que las despeja todas, con la contundencia del sol que se alza sobre los campos, ahuyentando la neblina) Gumucio publicará **Sentímetros**, con "S" de sentimiento, cien poemas ceñidos a menos de diez versos cada uno.

En palabras del propio autor, "No hay en estos poemas cronología o desarrollo (de un tema concreto) propiamente dichos. Todos se refieren a una misma situación y pueden por lo tanto ser leídos al margen de un orden prestablecido". Una especie de "material filmado", cabría añadir, no sujeto a un ulterior procedimiento de montaje.

Varios artistas plásticos, de Bolivia y otros países, se inspiraron en los poemas para elaborar dibujos alusivos y hacer de *Sentímetros* (1990) un libro atractivo y singular: Ricardo Pérez Alcalá (la portada), Luis Zilveti, Gustavo Lara, Raúl Lara, Wálter Solón Romero, Darío Antezana, Gastón Ugalde, Edgar Arandía, entre otros.

Yolanda Bedregal, una de las figuras más importantes de la lírica boliviana del Siglo XX, transmitió fielmente sus "impresiones de lectura" con estas palabras:

...milímetro a milímetro he leído tus *Sentímetros*. Los he gustado con la lengua y sus implicaciones cerebrales y cordiales. Todo un alambique que al final destila poesía. Te has valido de una cuidadosa y misteriosa alquimia también. Le has arrancado, aunque no creas, frutos a tu papel, cristales de extraña pulcritud elaborados. Frutos, y también ese silencio de que uno se va llenando para seguir gritando como quien se calla. Muchas cosas podría decirte de lo que esconde el mecanismo enloquecido y seco de tus poemas y como te digo, los leí emocionada y admirando su calidad literaria, además.

Los breves poemas del libro abordan todo tipo de imágenes cotidianas, el corazón, por supuesto, está en el centro: "Caliente digitígrado desobediente / a galope tendido por la vida / viajero submarino sin aliento / nervio de su propio pensamiento / rebelde según las circunstancias / ajeno a la razón / sordo a veces / y a veces / ligero trote acuático / hipocampo sorprendido."

Entre 1995 y 1997 su labor de comunicador para el desarrollo le lleva a un escenario novelesco, El Caribe (evoco de inmediato la prosa superlativa de Alejo Carpentier). Leídos, releídos, recompuestos, desechados, los poemas escritos en Haití se acumulan, pero la selección final dará paso a 109 de ellos, publicados el año 2000 bajo el título **Memoria de Caracoles**.

¿Por qué mencionar la imagen de un animal lento hasta la desesperación, y más bien repulsivo? Una metáfora, no cabe duda. Una metáfora y un poeta detrás. El poeta se amaga en la metáfora, como detrás de una máscara translúcida, y ésta revela, a la postre, el sentido de sus palabras, clarificándolo; a saber: un caracol nace y muere adherido a su concha; el poeta nace y muere siéndolo



(poeta), pues su condición de tal es irrenunciable. Y su verdadera morada, su "casa" metafórica (que llevará consigo allí a donde vaya) es su conciencia despierta, la vigilia permanente de sus cinco sentidos, como expresa en el poema que da título al poemario.

Con la memoria fresca del mar / adherida al cuerpo / empapada de sal, agua y arena / me arrastro con la casa a cuestas / con todo lo que me es propio. / Yo caracol todo conmigo. / Yo caracol todo consigo. / Mi manera espiral de recorrer la vida.

Memoria de Caracoles es un libro colorido y rumoroso, repleto de instantáneas vitales (recordemos que el autor es también fotógrafo), de vivencias congeladas en un espacio luminoso. Una colección de acuarelas en

las que predomina —cómo no— el azul caribeño, y que reflejan el curso casi inasible de las sensaciones que se entremezclan en el universo interior del observador, del actuario (metáfora de raíz burocrática, por la que pide excusas). Espacio-tiempo cuyos límites se difuminan en el esplendor de los días y en el misterio de unas noches interminables.

Alfonso Gumucio Dagron, poeta, nos demuestra que ochenta mundos caben en uno solo. Que estar vivo significa, por encima de todo, sentir (y di-sentir) y que en nuestro mundo, irreversiblemente "globalizado", el "Yo" y el "Nosotros" (individuo y sociedad), en recíproca inter-acción (es decir, orientando sus intereses en la misma dirección) son capaces de superar las aberraciones consustanciales a los perennes retos del progreso.

(Selección de poemas)

Antología del asco

este verso saca un recuerdo:
un recién nacido recién muerto
de hambre caballero del subdesarrollo
señora con-olor-a-chanel-five
qué caradólares son ustedes!

pagué un rescate de miedo
rosado horriblemente blando y desgajado
se lo arranqué a un perro de la boca

una caja de zapatos y ese
pobre peso putamente parido por la vida
que lo reciba la tierra que le conceda
dios cinco minutos de su eternidad

enterrarlo lejos de garras y colmillos
me amargó la boca babosa de bilis
en este instante reproduzco mi gesto de asco
pero usted se lo acaba de perder.

Año nuevo vida

Te escribiré una carta
con mi garrapata loca que se tiende
y se despliega, que se agacha
que se esconde, que salta
y se transforma.

Tal vez tan sólo una tarjeta.
Cuatro frases locas y un moderado
signo de exclamación para que rime
con próspero, con feliz
que son palabras en boca de cualquiera
cuestan poco, están en el mercado

no se agotan, no pasan de moda
no se cansan de mentir.

Escribiré despreocupadamente, una tarjeta
no es más que una tarjeta, formalidades
entre tu y yo, quién lo diría

Lameré el sobre con lengua de turrón
y que seas feliz, que un día
en el futuro, quiera el tiempo
el otoño, los barcos grandes y el azul
del maratún que nos separa,
que un día, digo, de cuyo nombre
no quiero ya acordarme
nos juntemos.

Polvo negro

Camino con un agujero
en el pecho y en el bolsillo
más grave, siento mi piel quemada
una carta desgarrada, una llave fría
una estampilla burbujeante.

Recorro un pasillo de hambre
una penumbra que inventa
con fría lógica
siete puertas blancas condenadas.

Medianoche en las uñas
y en los ojos hollín
pelusas de carbón, polvo negro
que mi puño apretado advierte
que mi cuello áspero, que mi camisa
que mi nariz cerrada advierte.



Advierte el polvo negro
que burla el aire espeso
el verano fugitivo
en tumbos de campana
círculos de relojero
espirales de agua pesada
desde una torre blanca aún
se me cae encima sin remedio
el polvo negro que mi pecho advierte.

Corazón

Caliente digitígrado desobediente
a galope tendido por la vida
viajero submarino sin aliento
nervio de su propio pensamiento
rebelde según las circunstancias
ajeno a la razón
sordo a veces
y a veces
ligero trote acuático
hipocampo sorprendido.

A través de la noche

A la una la montaña se llenó de gritos
de mujeres distantes, gritos
que bañaron las laderas
con un timbre acre.

A las dos, quince perros aullaron al unísono
creí que iba a temblar la tierra
cuestión de decibeles.

A la tres se encendieron las luces de la casa
pero no era brujería
simplemente volvió la electricidad
tan austera en estas alturas.

A las cuatro volví a despertar
o volví a soñar, no estoy seguro
porque tenía un agujero negro en el pecho.

De cinco a seis te tuve muy presente
hasta que el alba
me devolvió la paz.



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Servicios permanentes

- Centro de eventos, auditorio y aulas de capacitación
- Seminarios, talleres, cursos especializados, prácticos y de alto nivel académico
- Centro de documentación especializado en comunicación
- Producciones de radio y televisión
- Investigaciones acerca del contexto y coyuntura comunicacional
- Publicaciones especializadas que contribuyen al desarrollo de los estudiantes y profesionales del área
- Visitas guiadas para estudiantes y grupos que quieran conocer nuestro trabajo y servicios

Visita nuestros portales

- www.ciespal.net
- www.ciespal.net/multimedia
- www.ciespal.net/mediaciones

Síguenos por nuestras redes sociales





Argentina:

observatorios, veedurías o monitoreos de medios, un desafío de perspectiva, para una calidad de libertad de expresión

Miguel Julio Rodríguez Villafañe

Presidente de la Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de la Comunicación (AIDIC). Miembro fundador e integrante de la mesa ejecutiva de la Comisión de Defensa de las libertades de Expresión e Información de Córdoba (COMIPREN) y de Transparencia Pública de Córdoba. Consultor Especial Honorario del Programa de Monitoreo de Libertad de Expresión del Foro de Periodistas Argentinos (FOPEA).

Resumen

El autor propone los medios más eficaces para realizar el trabajo de veedurías en los observatorios y narra las experiencias de Argentina en cuanto a los espacios de análisis y discusión acerca del accionar de los medios públicos y privados y acerca de cómo la legislación es desconocida por la mayoría de periodistas que se encuentran en la indefensión.

Palabras clave: Observatorios, veedurías, medios, libertad de expresión

Resumo

O autor propõe a maneiras mais eficazes de fazer o trabalho de cães de guarda na observatórios e relata as experiências da Argentina em termos de oportunidades para a análise e discussão sobre as ações de comunicação público e privado e como a legislação é desconhecido a maioria dos jornalistas que são indefesos.

Palavras-chave: Observatórios, media, liberdade de expressão

Los observatorios, veedurías o monitoreo de medios de comunicación, como sostiene Germán Rey, "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. Los observatorios y veedurías de medios no son solo manifestaciones de la política comunicativa sino lugares de la construcción de ciudadanía". En ellos, se

cuestiona, respecto de los medios de difusión, "desde su poca diversidad y concentración hasta los fenómenos de autocensura y censura. Desde la situación laboral de los periodistas hasta los modos de construir la agenda, y por tanto, las repercusiones públicas de la tarea de los medios. También se critica su bajo pluralismo, las operaciones de distorsión o desfiguración de la información, la invisibilidad de ciertos temas o actores y las distancias entre su oferta y las demandas informativas de la sociedad". (REY. 2003: 12)



Nacen en momentos de crisis, pero son el resultado de la constatación de la importancia de controlar la calidad de la información y del entretenimiento que se recibe de los medios masivos de comunicación. Además, en la necesidad de motivar a la ciudadanía a querer y exigir algo mejor de los medios. Porque la chatura educa en la chatura y luego con la excusa de lograr mayores lectores, radioescuchas o televidentes, se justifica la reiteración de lo que involucre y aturde. Además, el mercado, en sí mismo, despolitiza la realidad y trabaja la noticia como mercancía, lo que hace que no necesariamente se brinde la noticia que ayuda a conformar un sano juicio crítico en la sociedad. Los medios, especialmente, son factores claves en la legitimación del poder político y de la falta de poder ciudadano. Cuanto más, si los medios ahora avanzan sobre la configuración de pautas de pensamiento y de vida de las personas. Contra eso, el destinatario común, casi no tiene posibilidad de defenderse. Existe, por lo general, una debilidad estructural por parte de la persona en su relación con quien le ofrece la información que consume.

Todo lo cual, evidentemente, genera un ámbito que limita el libre albedrío del hombre y de las sociedades para evaluar conscientemente sus reales posibilidades o necesidades, al momento de tener que decidir sobre sus gustos o preferencias.

A su vez, la lógica del mercado produce relaciones económicas desiguales. En el mercado a los individuos se los considera usuarios, consumidores o clientes, lo que implica capacidad adquisitiva para usar, consumir o comprar. En él no aparece como esencial conceptos como el de ciudadanos o personas.

Hay que agregar también, como bien lo afirma Miguel Argentino Pérez Gaudio, "la comunicación ha puesto en situación de crisis la identidad cultural de personas e instituciones, subordinándolas al principio de la uniformidad y de la internacionalización indiferenciada. Y tenemos entonces una proliferación de ficciones simbólicas, en roles, lenguajes y códigos, con el consecuente desprestigio de la credibilidad y las convicciones culturales". (PÉREZ G. 1995: 10) Sobre esta base, se puede caer en la trampa de tener por comunes intereses que nada tienen de consensuados y asumidos con recta razón.

La realidad demuestra que existen algunas propuestas gráficas y de programas radiales y televisivos, que generan dependencia manipuladora en el destinatario. En ellos se ofrece un producto vacío, mentiroso, degradante, que apela, la más de las veces, a sentimientos pasajeros y a sensaciones que hacen involucionar. Los más débiles difícilmente puedan superar la influencia negativa de dicha instrumentación de los medios. De esa manera resulta difícil que el público, audiencia o consumidor pueda ejercer el verdadero papel de jueces del "rating" o de la calidad de lo que se le ofrece, y en función de ello

no consumir y castigar al mal producto. Esta situación se vuelve particularmente grave y tramposa, cuando es la información la que se manipula y entrega con criterios de entretenimiento y no para la formación de una recta opinión pública. La noticia se presenta, las más de las veces, con vulgaridad, facilismo y tremendo mal gusto.

A lo que cabe acotar que, en una sociedad con pautas propias de una cultura individualista, a veces, el interés compartido no es más que la yuxtaposición de intereses particulares, que no necesariamente contemplan el interés colectivo en aras del bien común. (RODRÍGUEZ V. 1999: 419-435)

Asistimos también, a un momento en el que existe una fragmentación de la sociedad y en ella se han disuelto, en gran medida, los vínculos tradicionales¹ que le permitían entender los verdaderos intereses comunes en la vivencia de una misma historia y un destino compartido. (PRIESS. 1999: 280)

Por su parte, muchos medios de comunicación, no siempre tienen lealtad para con el sistema que les da su verdadera justificación. A veces, la lógica que los guía hace que no se compadezca la firmeza con la que defienden legítimamente los derechos que amparan su gestión, respecto de la manera contradictoria como se informa y educa a la ciudadanía, en lo que hace al desarrollo de los valores democráticos a los que se deben, tanto los medios como la sociedad. En esa dinámica los medios, en gran parte de sus propuestas, forman y fomentan la frivolidad y la trasgresión como estereotipos de ejemplaridad, lo que contrasta con los requerimientos de la sociedad que necesita dirigentes formados, responsables y capaces. (SARTORI. 1998:148) Además, difícilmente se rescate lo positivo de los gobernantes que actúan con corrección, porque no se considera lo bueno como noticia. Y, en el anonimato mediático que se somete a los esfuerzos valiosos, a veces, se deja la sensación que todo es negativo y corrupto en la gestión política, desalentando a los mejores para que opten por la vocación de servir desde lo público y gestando la imagen en la sociedad que la democracia es ineficiente e inútil en sí misma.

En ese contexto, la información, la política y la gestión de gobierno es presentada en los medios con el mismo formato de la publicidad comercial. Y como la publicidad, tienden a manejarse con la misma lógica, buscando vender, más que convencer; aturdir más que reflexionar; imponer frases más que discutir ideas y jugar con imágenes, más que educar en el juicio crítico.

Constituir instancias de observaciones, con integración plural, independientes y participación activa de la

¹ "Se observan los mismos fenómenos sociodemográficos que en el resto del mundo: una creciente fragmentación de las sociedades, al disolverse los vínculos tradicionales; una disgregación del entorno social surgido hace cientos de años".



sociedad civil, ayuda a la evaluación de la información que se recibe, desarrolla el ejercicio de la libertad de expresión y colabora en la construcción participativa de la democracia.

También resulta de importancia la observación de la situación de la libertad de expresión en general. Dado que el ataque a periodistas o medios, el accionar de monopolios de medios, las agresiones y amenazas de las mafias y el autoritarismo de poderes estatales y económicos, entre otros graves condicionamiento al pleno ejercicio de la libertad de expresión, deben conocerse y trabajar para que se superen.

Hay observatorios, monitoreos o veedurías de medios de difusión de carácter público, privado o comunitario.

“Ombusman”, Defensor del lector, del oyente, del público, del telespectador o de la audiencia en Argentina

El Ombudsman es una institución política de origen sueco, cuyos antecedentes se remontan a 1809. En esa ocasión se decidió que era necesaria una figura que asegurara el cumplimiento de la ley, con independencia del rey. En el año 1916 se creó en Suecia el primer Ombudsman de la prensa. En realidad era un cargo público ejercido por un miembro del Consejo de Prensa.

Por su parte, sobre la base de dicho funcionario público sueco, la institución se fue desarrollando tímidamente en los Estados Unidos, a mediados del Siglo XX. Como lo sostiene Ricardo Porto, ello se fundó en “el propósito de ejercer la crítica interna de los periódicos, a fin de supervisar la veracidad y profesionalidad del medio, procurando asegurar la imparcialidad y objetividad informativa. De este modo se creía representar y defender los intereses de la comunidad”. (PORTO. 1991: 102-103)

En el papel de Ombudsman se ha creado figuras similares con el nombre de Defensor del lector² o del público o del oyente o del telespectador o de la audiencia, con funciones similares.

En Argentina, la figura del “Ombusman”, Defensor del lector, del oyente, del público, del telespectador o de la audiencia se ha presentado de manera tímida. Lo intentaron dos revistas: en el año 1992, la revista cultural “La Maga” y en 1997, la revista femenina “Luna”. Luego, el diario “Perfil” lo planteó en 1998, con una vida corta, ya que el diario se discontinuó y cuando volvió a salir, en el año 2005, con ediciones solo los fines de semana lo ha reflatado.

En general, la experiencia del Defensor del lector en Argentina, en general, no está muy avanzada por ahora, los diarios pretenden justificarse aduciendo que la

2. El Grupo de diarios Síntesis de Puebla, Pachuca y Tlaxcala en México, tienen un “Estatuto de la Defensoría del Lector”.

comunicación con sus lectores la efectúan a través de las cartas de lectores (LA NACIÓN. 1998) y la fe de erratas, entre otras vías de contacto.

En materia de medios radiales, en el año 2004, la radio pública de la ciudad de Buenos Aires innovó al ofrecer un Defensor del oyente.

El verdadero avance lo presenta la implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 que prevé la figura de la Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual, que se asimila más al tipo de funcionario público que dio nacimiento a la figura del Ombudsman. Este funcionario que crea la norma, todavía no designado, tiene funciones como las de “Recibir y canalizar las consultas, reclamos y denuncias del público de la radio y la televisión y demás servicios regulados por la presente teniendo legitimación judicial y extrajudicial para actuar de oficio, por sí y/o en representación de terceros, ante toda clase de autoridad administrativa o judicial. No obstará a su legitimación judicial la existencia o no de causa individual, siendo su legitimación tanto subjetiva como objetiva y por los derechos de incidencia colectiva previstos expresa o implícitamente en la Constitución Nacional y otros que hacen al desarrollo del Estado democrático y social de derecho y a la forma republicana de gobierno” (art. 19 inc. “a”). Como lo refiere la nota de la norma existen figuras similares en el “Garante” en la legislación italiana o el Defensor del oyente y del telespectador de Radio Televisión de Andalucía.

En este momento se puede decir que hay dos tipos de Ombudsman o Defensores los que trabajan en un medio, aunque de manera autónoma y los que lo hacen desde la sociedad, en una función externa a los medios de difusión. También podemos distinguir los que cumplen una función pública con facultades de actuar hasta judicialmente, como es el caso referido del Defensor del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual de la Ley 26.522 o los que lo hacen desde los medios o desde una organización no gubernamental, en una tarea privada.

Observatorios, veedurías o monitoreos de medios o de la libertad de expresión en Argentina

En lo que respecta a los observatorios, veedurías o monitoreos de medios o de la libertad de expresión en Argentina existen observatorios de medios públicos temáticos con la participación ciudadana en distintas instituciones estatales. Tal es el caso del “Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión”, creado en el año 2006, que está constituido por la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA), el Instituto Nacional contra la Discriminación, la Xenofobia y el Racismo (INADI) y el Consejo Nacional de las Mujeres (CNM). El Observatorio cuenta con la participación de profesionales que intercambian conocimientos



y experiencias en materia de discriminación, con el objeto de debatir y analizar esa temática en programas televisivos y radiales, promociones y publicidades. Y tiene por objetivos: Ejercer un seguimiento y análisis sobre el formato y los contenidos de las emisiones de radio y televisión que pudieran incluir cualquier tipo y/o forma de discriminación. Difundir las conclusiones sobre los contenidos analizados y generar un espacio de intercambio con los protagonistas de los medios audiovisuales y responsables de la producción de contenidos. Favorecer la participación de la comunidad en la construcción de alternativas para el abordaje de la discriminación en medios audiovisuales. (<http://www.obserdiscriminacion.gov.ar>)

En el tema de la infancia hay observatorios privados comunitarios, como el Capítulo Infancia de Periodismo Social, que es un programa que diariamente monitorea y asiste a medios de comunicación, en contacto con organizaciones sociales y especialistas, con el propósito de mejorar la cobertura de los temas de infancia y adolescencia e instalar los derechos de los niños, niñas y adolescentes en el centro de la agenda pública nacional. Este programa es desarrollado en sociedad estratégica con UNICEF en Argentina, Fundación Arcor y Fundación C&A. (http://www.periodismosocial.org.ar/area_infancia.cfm)

El Equipo Latinoamericano de Justicia y Género -ELA- trabaja para la igualdad de género en Argentina, para lo cual realiza monitoreo de medios. En septiembre del 2010, presentó un importante trabajo de monitoreo en la temática abarcada titulado, "Las mujeres en los medios – Análisis de las noticias sobre violencia contra las mujeres publicadas en medios gráficos de Argentina durante el primer semestre del 2010". (<http://www.ela.org.ar>)

También en el país se han desarrollado observatorios de medios, con asiento en Universidades, como el que tiene la Agencia Periodística del Mercosur (APM), de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) o el Observatorio de Medios de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora (UNLZ) o el Observatorio de Periodismo y de Derechos Humanos de la Universidad Nacional de Cuyo.

Hay, además, de carácter privado organizados por los gremios periodísticos, tal es el caso del Observatorio de Medios, Político, Social y Cultural de la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires (UTPBA).

En Córdoba, la "Comisión de Control y Defensa de la Libertad de Expresión y del Derecho Social a la Información de la Provincia de Córdoba" (COMIPREN) entendió necesario comenzar a hacer una experiencia de un Observatorio de Medios. Se decidió que era importante observar, desde el 15 de julio al 25 de agosto de 2007, el modo en que los diarios de la Ciudad de

Córdoba y algunos del interior de la Provincia difundieron las Propuestas Programáticas de los diferentes partidos que intervinieron en las elecciones provinciales del 2 de septiembre de dicho año, para cotejar como se reflejaban en sus páginas la diversidad de propuestas políticas existentes. Para ello se encargó la dirección de la tarea a Marita Mata y a Soledad Segura, que trabajaron desde el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados (CEA), ámbito dependiente de la Universidad Nacional de Córdoba. También, miembros del COMIPREN colaboramos en el trabajo, que se presentó el 7 de diciembre de dicho año. Sus conclusiones resultaron muy interesantes en la temática encarada.³

También se dan propuestas similares, como los llamados monitoreos, en realidad todo observatorio es un monitoreo de información sobre lo que se quiere saber o investigar. En esta denominación se encuentra el Programa de Monitoreo de la Libertad de Expresión llevado adelante por el Foro de Periodismo Argentino (FOPEA), desde el año 2006.

Programa de Monitoreo de la Libertad de Expresión del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA)

El Programa de Monitoreo de la Libertad de Expresión del Foro de Periodismo Argentino (FOPEA) lo coordina la periodista Mónica Baumgratz y en el que participo como Consultor Especial Honorario.

Dicho programa tiene por objetivo "detectar las más diversas limitaciones a la libertad de expresión, desde las directas y evidentes (agresiones físicas, amenazas, etc.) así como las más sutiles. En tal sentido se observa el creciente uso de fondos de publicidad oficial y privada para presionar y condicionar a los medios de comunicación y periodistas. Asimismo, nuestra organización es consciente de que muchos casos en los que los periodistas que son víctimas de ataques a la libertad de expresión por parte de gobiernos, organizaciones o privados, no son difundidos precisamente por temor a represalias comerciales, laborales o físicas. El programa es federal, busca atender casos que ocurren en las grandes ciudades y en los pueblos pequeños".

Para la tarea existe una red de monitores corresponsales en todo el país⁴, en contacto permanente entre sí. A

3. Cabe reparar, entre las conclusiones interesantes que se extrajeron, por ejemplo, según el informe, quedó evidenciado que un diario cooperativo llamado "El Diario del Centro" de la Ciudad de Villa María, una ciudad del interior de la provincial, resultó ser el medio que se mostró más pluralista, en cuanto a la difusión de propuestas partidarias, porque reflejó la mayor diversidad de propuestas políticas en sus páginas.

4. Corresponsalías actuales: Catamarca: Alejandra Saravia (diario El Ancaesti); Córdoba: Juan Carlos Simo (diario La Voz del Interior); Corrientes: Agustín Alfredo Zacarías; Chaco: Darío Díaz; Chubut: Diego Pérez (FM Ciudad); Entre Ríos: Fabián Magnotta; La Rioja: Julio Aiub Morales; Mendoza: Paola Bruno (diario Los Andes) y Felipe Acevedo (diario Los Andes); Misiones: Itumelia Torres; Pcia. de Buenos Aires, Conurbano Oeste: Alejandro Suarez, Diario Mi Ciudad,



su vez, el análisis se hace en todos los casos que se presentan, con independencia que sean o no asociados a FOPEA.

Se busca también realizar la tarea con especial calidad técnica por ello para el monitoreo se realiza conforme a las "Bases para el Monitoreo y Registro de las Agresiones a la Libertad de Expresión" elaborado por Intercambio Internacional por la Libertad de Expresión (IFEX) en América Latina y el Caribe (ALC) que busca construir redes eficaces para la mejora del reporte de las violaciones a la libertad de expresión .

Concentrándonos específicamente en la problemática de los periodistas, el monitoreo de FOPEA no pretende ser una mera mirada de un observador que no se traduzca luego en medidas superadoras.

Los periodistas y sus indefensiones

La cronista televisiva escucha una amenaza y alcanza a correr con el camarógrafo para evadir la agresión física y verbal de participantes de una protesta gremial municipal, en la Ciudad de Córdoba. Al llegar a su canal, el informe que la empresa envió a la oficina central en Buenos Aires dijo, "no pasó nada, no hubo daño a la cámara y ni al vehículo". El hecho narrado dejó en claro la poca importancia que se le da, a veces, a las personas que ejercen el periodismo. Para determinados sectores empresariales, el periodista no es un valor de mercado relevante, es más importante la preservación de la filmadora y demás bienes materiales, que ocuparse de las consecuencias de los sufrimientos físicos y espirituales vividos por quienes ejercen la información.

En el mismo sentido, inaceptable, un referente de un importante gremio de Córdoba, para estupor de muchos, manifestó a un grupo de periodistas, "Perdón muchachos, pero si no se va contra Uds. no somos noticia". Se pretendía justificar de esa manera las agresiones producidas, por parte de activistas, a algunos periodistas y un fotógrafo de un medio gráfico, al cubrir una marcha gremial. El perdón no era una disculpa o un acto de arrepentimiento, sino la profecía de un accionar tenido por válido, que hiere la conciencia social y el respeto que merece el trabajo periodístico.

Mientras tanto, los agresores se tapan los rostros y en la clandestinidad que da impunidad, actúan en un vale todo. Aún así, se obliga a filmar y registrar sólo los pies o de lejos, porque se amenaza gravemente a camarógrafos y fotógrafos.

Florencio Varela; Peja. de Buenos Aires, Zona Sur: Sandra Crucianelli (Canal 7); Río Negro: Hugo Alonso (diario Río Negro); San Luis: Oscar Angel Flores (corresponsal diario Clarín); Santa Cruz: Mariela Arias (corresponsal diario La Nación); Santiago del Estero: Julio Rodríguez (corresponsal diario Clarín); Tucumán: Fernando Stanich (diario La Gaceta); Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Soledad de Marco.

Las escuchas clandestinas y las cámaras ocultas cada día más se dirigen a no dejar nada de la vida de los periodistas sin auscultar. Es la antesala de aprietes para condicionar su trabajo y a veces, incluso su vida privada.

Por su parte, la política los ha tomado como blanco dilecto, buscando disciplinar al periodismo independiente. Siempre encuentran en periodistas operaciones de desestabilización y mentiras. Son objeto de insultos y amenazas, legales y de las otras. Desde deportistas que los balean y agravian, a políticos que actúan injuriando y condicionando la tarea de informar.

A su vez, gobernantes y funcionarios de distintos rangos, partidos y de todos los ámbitos, no trepidan en señalar a periodistas con nombre propio, en verdaderas arengas públicas y culpabilizarlos de supuestos daños sufridos por su información, sin reparar que de esa manera se pone en peligro la vida y la integridad física del informador y de su familia. El periodista, a diferencia de los funcionarios públicos, generalmente no tiene custodia personal, ni asistencia policial especial y pueden ser blanco fácil de fanáticos y oportunistas, que buscan congraciarse con el poder de turno.

Asimismo, muchos gobernantes en nuestro país, en una inaceptable postura degradante para los informadores, han llegado a sostener que, antes que a los periodistas, se "prefiere a los fotógrafos, porque no hacen preguntas". Y, obedeciendo a una virtual política de silencio, muchos de ellos, no hablan directamente con la prensa. Salvo con motivo de actos públicos y en esas oportunidades, los diálogos son a los empujones y a la carrera. Diálogos estos que, del modo que se dan, se prestan más a humoradas o manifestaciones intrascendentes, que a comentarios serios y adecuados. De esta manera, también se falta el respeto a la tarea periodística que no puede cumplirse adecuadamente y por supuesto, condiciona la calidad de la información a brindar.

En definitiva, se pretende que el periodismo asuma el papel de un mero público que aplauda o consienta pasivamente, respecto de lo que se le dice, sin cuestionar, ni preguntar, en nombre de la sociedad que representa para informar. A lo que se suma el acoso judicial al que son objeto con facilidad los periodistas que informan sobre aspectos centrales del accionar estatal o de cuestiones de interés general.

Por su parte y como un lamentable dato de la realidad, se ha precarizado demasiado la situación laboral de muchos periodistas profesionales, lo que hace que, en algunos casos, resulten ser ellos el fusible que se hace saltar con facilidad, cuando su accionar periodístico informativo molesta a algunos intereses. Aparece entonces la autocensura o su otra cara oscura, la sobreactuación periodística a favor de los poderosos.



Todo esto potenciado negativamente, en la medida que existan y toleren monopolios u oligopolios horizontales y verticales de medios de difusión.

Muchos de estos aspectos negativos respecto de la libertad de expresión, a veces no son visualizados y lo grave es que se transformen en crónicos y por ende se los lleve a aceptar como situaciones propias de la realidad.

Los observatorios en este aspecto deben tener presente esta circunstancia por la cual, la cronicidad de algunos de los problemas referidos, termina por no ser analizada.

Periodismo y leyes positivas, faltantes o ignoradas en Argentina

A lo sostenido, hay que agregar que en Argentina existe, desde sus orígenes, la cultura de "hecha la ley, hecha la trampa". En los últimos tiempos, esa patología cívica-social se ha agravado, ya que la trampa se cultiva y en muchos casos se ha vuelto ley y por ende, todo aparece como tramposo. La conducta negativa se potencia cuando es el propio Estado y su dinámica el que asume esa actitud. Esto dinamita la esencia del llamado Estado de Derecho, que presupone que se garantiza la previsibilidad legal de su accionar.

Dicho contexto genera en la ciudadanía un descreimiento general en las leyes y el desconcierto se transforma en apatía y desazón. El periodismo no siempre se ocupa de trabajar a favor de lo legalmente relevante y el respeto debido a las normas. Esto permite asumir los atajos como caminos y festejar las trasgresiones exitosas.

No siempre los inconvenientes, que se dan para el ejercicio de la profesión periodística, se deben a falta de una ley adecuada, sino a la poca vocación por cumplir o exigir el cumplimiento de las normas.

El pacto con la legalidad debida es uno de los temas centrales a asumir responsablemente, por un periodismo democrático.

Asimismo, en la credibilidad de una normativa posible, es importante el dictado de diversas leyes, para un mejor ejercicio profesional del periodismo en el país.

El acceso a la información pública es uno de los aspectos centrales a reclamar que se regule adecuadamente. Todavía Argentina tiene deudas normativas en dicho aspecto. En este momento el Estado Nacional no tiene una norma que regule, integralmente, el acceso a la información pública nacional y solo 12 de las 23 provincias tienen la ley pertinente. Existe normativa para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Existen también municipios, como el de Rosario que tiene ley de acceso a la Información Pública municipal y otros del mismo nivel, como el de la Ciudad de Córdoba, sigue en deuda con

ese tema. Por su parte, a muchas de las leyes vigentes en la temática es necesario perfeccionarlas para el objetivo deseado.

La distribución de la publicidad oficial es importante que se regule de manera que no se utilicen los dineros públicos para condicionar a la prensa. En el tema hay normas que la regulan solo en la Provincia de Tierra de Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. Y en algunos municipios, como en la Ciudad de Alta Gracia, en la Provincia de Córdoba. El fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación dictado en el caso del "Diario Río Negro c/ Provincia de Neuquén - amparo", fijó pautas importantes en la problemática, más en la práctica no se han traducido en las normas necesarias.

A su vez, en un perfil que complementa la debida distribución de la publicidad oficial, es necesario bregar para que se generalicen las adhesiones provinciales a lo que dispone el artículo 64 del Estatuto del Periodista Ley 12.908. En ese sentido ya lo han hecho las Provincias de Corrientes y Tierra de Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur. En el referido artículo se determina que, no se podrá colocar publicidad tarifada, por parte del Estado, en medios que no tuvieran regularizada la situación laboral y previsional de los trabajadores contemplados en el Estatuto.

Ha sido un avance en el año 2009 la derogación de los delitos de calumnia e injurias, respecto del accionar periodístico. Hay que tratar de avanzar aún más, en lo que refiere al reclamo de daños civiles que se pudieran demandar. Es de importancia dar facultades a los Jueces para que, si deben cuantificar un daño reclamado, tengan en cuenta el interés público a proteger, de manera tal que se evita que pretendidas indemnizaciones dinerarias excesivas, puedan disuadir la voluntad periodística de informar.

También es importante reglar la doctrina de la "real malicia", ya consagrada judicialmente. De esa manera, dejar fijado, que ante cualquier reclamo, en el ámbito que fuere, se deberá demostrar que el periodista que emitió la expresión o imputación de la que se agraven, conocía la falsedad de la noticia y obró con conocimiento de que eran falsas o con notoria despreocupación por su veracidad.

A lo sostenido hay que agregar, la necesidad de una debida regulación procesal en la Provincias, en la tutela del secreto profesional periodístico, particularmente, en testimoniales y demás actos procesales en los distintos fueros que correspondiere, (penal, civil, comercial, etc.).

Asimismo, se debe trabajar para que la llamada "cláusula de conciencia" tenga consagración legal en Argentina. De esa manera se pretende hacer respetar los derechos profesionales esenciales de los hombres y mujeres de

prensa, en la relación de trabajo, ya que el periodista no es un "mercenario de la pluma".

Medios gubernamentales y privados de accionar defectuoso

A lo referido hay que agregar, que la derogación de la Ley 22.285 de Radiodifusión, de 1980, fue un avance y la nueva Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, aprobada en octubre de 2009, genera muchas expectativas positivas y algunos resquemores operativos.

Mientras tanto, lo cierto es que en este momento, existe una sensación de encerramiento social, entre el mensaje monotónico que venía de la lógica anterior de sectores concentrados y monopólicos de medios, a una presencia mayor del Estado en sus medios, aunque esto último, sin pasar a ser una oferta informativa no gubernamental. Por ello, respecto de esa situación en Argentina, Martín Becerra ha sostenido que, "Cuando no hay medios públicos, el derecho a la palabra masiva, a la información plural, a contenidos diversos, son resignados en aras del aprovechamiento comercial o del uso oficialista de los medios de comunicación. La sociedad queda confinada así al imperio de los mensajes masivos emitidos con lógica puramente comercial o exclusivamente gubernamental. En ambos casos, la sociedad es relegada a una posición clientelar: las ciudadanas y los ciudadanos son interpelados como clientes comerciales o como clientes políticos. Una de las consecuencias del uso gubernamental de los recursos públicos en comunicación es la subestimación de la capacidad intelectual de selección de la audiencia, que si contara en los medios públicos con voces que difieran del relato oficial podrían elaborar con mayor fundamento su propia perspectiva, en lugar de recibirla digerida por la edición sesgada. En el temor a incluir voces diferentes al mensaje oficial subyace la inseguridad para sostener las cualidades del propio mensaje si éste tuviera contraste". (BECERRA. 2011:30)

Desafíos y realidades en el informe del monitoreo de FOPEA del año 2010

El presidente de FOPEA, Gabriel Michi, señala, en su comentario al informe anual del Monitoreo de Libertad de Expresión del año 2010, "Lo primero que hay que señalar es que el Monitoreo de Libertad de Expresión de FOPEA registró en 2010 un total de 109 ataques al trabajo de la prensa. Como dato sustantivo hay que señalar que en 2009 se habían detectado 147 casos desfavorables, lo que en términos comparativos significa una merma del 26%. O sea, hubo un 26% menos de ataques a la prensa que los registrados en el año anterior. Un dato positivo. Es decir, un caso cada 3 días y 8 horas. En el registro anterior (2009) se habían producido un caso cada dos días y medio". (MICHI. 2010)

Luego, haciendo un análisis respecto de quienes fueron los agredidos, manifiesta Michi que "los periodistas de radio aparecen encabezando la triste nómina de víctimas (29), junto a quienes desarrollan su tarea en medios gráficos (23 en diarios y 6 en revistas). También hay una gran cantidad de agresiones a camarógrafos (16) y fotógrafos (5), quienes suelen estar en la primera línea del 'campo de batalla' que suele ser la búsqueda de la información o de las imágenes que la ilustran, como también los periodistas de televisión (13 casos). Pero tampoco están exentos los dueños o directivos de medios (15), los periodistas de páginas de Internet (4), ni la infraestructura de los propios medios (15)". (MICHI. 2010)

Respecto de los lugares en donde más se registraron agresiones, llamó la atención que, en el monitoreo, hubo una clara asimetría poblacional, respecto de la cantidad de casos de ataques a la libertad de expresión registrados. Resultó primera la Ciudad de Buenos Aires, que tiene 2.891.082 habitantes, con 20 casos; segunda fue la Provincia de Salta, que tiene 1.079.051 habitantes, con 12 casos; tercera resultó la Provincia de Buenos Aires que tiene 15.600.000 habitantes, con 10 casos; cuarta la Provincia de Santa Cruz, que tiene 272.524 habitantes, con 7 casos y Provincias como Córdoba que tiene 3.304.825 habitantes y Santa Fe que tiene 3.200.736 habitantes, con 6 casos cada una.

Resalta Michi en este tema que, "el 58% de los hechos que constituyeron ataques a la libertad de prensa ocurrieron en el interior del país, no ya en las grandes capitales provinciales donde hubo 25 casos, ni tampoco en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (20). O sea, en el interior del Interior de la Argentina es donde se registran las mayores dificultades para los periodistas y los medios, situándolos en un lugar de mayor desprotección. Sin embargo, en los medios de Buenos Aires, no se suele reproducir dichos atropellos, ahondando aún más esa vulnerabilidad, sólo puesta al desnudo por el Monitoreo de FOPEA". Y agrega, "En cuanto a la tipología de los ataques, el riesgoso ranking lo encabezan las agresiones físicas o psíquicas (35), seguidas por las amenazas—incluso las de muerte— (29) y los atentados contra la propiedad o la emisión (29) de determinadas señales, en particular radios pequeñas. También hubo hostigamientos (25), impedimentos de cobertura o al Acceso a la Información (14), detenciones arbitrarias de periodistas (5), denuncias de censura (2), discriminación en la distribución de la pauta publicitaria oficial (2) y hasta un fallo desfavorable de la Justicia". (MICHI, 2010)

Del informe también se evidencia que gran parte de los agresores son "desconocidos" (36 casos) que equivale al tercio de los casos monitoreados por FOPEA. Lo que significa que en esta importante cantidad de situaciones no ha sido eficaz ni la policía, ni el ministerio fiscal, ni la justicia. Y en este contraste también surge que las fuerzas policiales son las que en más hechos se las tiene como



responsables de algún tipo de atentados contra los periodistas o medios, (12 casos).

Otro dato importante es que, entre los agresores identificados, los funcionarios del ámbito municipal son los que aparecen entre los principales agresores, con 16 hechos. Esto vuelve a generar dudas respecto a que, porque es un ámbito más pequeño eso permite dilucidar más fácilmente a los agresores, o es que el Monitoreo no tiene escala para llegar a espacios o ámbitos más complejos o por aquello del dicho general, "pueblo chico, infierno grande".

Fernando Ruiz de la Comisión Directiva de FOPEA sostiene a su vez, en el aspecto antes referido del informe de 2010, que "Cuando analizamos más en detalle los resultados del monitoreo la conclusión sería la siguiente: el peor enemigo del periodismo argentino es la política local en ciudades de menos de 50 mil habitantes. ¿Eso quiere decir que no hay problemas en las ciudades más grandes, en las capitales de provincias? La respuesta podría ser que los problemas en las ciudades grandes tienen que ver con la estructura, y esos problemas son más difíciles de hacerse visibles con el monitoreo". (RUIZ. 2010)

Un dato novedoso e interesante que resulta del monitoreo es que el momento del año de las mayores agresiones no coincide con los picos tradicionales de tensión social y política. Históricamente en Argentina, los períodos de ebullición política y gremial solían concentrarse entre abril y octubre, sin embargo ahora figura febrero con muchos casos y mayo con casi la mitad de casos.

Conclusión

En el objetivo común debemos acuparnos de no permitir que, desde y por la libertad de expresión, se sufran censuras, persecuciones, amenazas y agresiones de todo tipo, como tampoco ayudar a que se irrite la piel social innecesariamente, en sobreactuaciones tremendistas de supuestos ataques a dicha libertad, cuando se trata sólo de discrepancias propias de la discusión libre.

Tenemos que estar dispuestos a asegurar que todos puedan expresarse, discutir y discentir, desde un respeto plural y no permitir que se dinamiten los puentes del diálogo, porque los silencios forzados, siempre preanuncian violencias que no merecemos. Y a la vez, debemos tener presente que se tiene que actuar sobre los problemas, con la prudencia y los tiempos que un accionar adecuado lo exija y no con apuros para producir placebos cívicos que no cambian nada o que permitan ver solo un lado de las situaciones conflictivas. No podemos acallar conciencias y menos no esforzarnos en un accionar debido integral y responsable en al temática.

En esto es de particular necesidad en Argentina desarrollar la figura del Defensor de los Lectores o

Audiencia y fomentar y consolidar los Observatorios de Medios, Veedurías o Monitoreos de Medios y de la Libertad de Expresión. Ambas figuras son herramientas muy importantes para mejorar la calidad de la deliberación democrática, colaborar en la construcción de ciudadanía y aportar al desarrollo del juicio crítico, entre otros valiosos aportes que, a través de ellos, se pueden efectuar.

También es necesario que los observatorios de medios y las defensorías busquen de trabajar en red, para ayudar a generar más espacios de diálogo, aprendizajes y retroalimentación, desde las distintas y diversas experiencias particulares y traten de unificar los métodos que aplican en la realización de sus tareas y fines. 📌

Córdoba, Argentina, mayo de 2011

Bibliografía

- Becerra**, Martín, "Medios de comunicación oficiales: transgresión y propaganda", en Revista El Estadista, Nº 30. Buenos Aires. 2011.
- Diario La Nación de Buenos Aires**. Señor Director: Las mejores Cartas de Lectores publicadas en 1997. Buenos Aires: Espasa. 1998.
- Milich Gabriel**, "Monitoreo de FOPEA: Una luz para la libertad de expresión", introducción al Informe del Monitoreo de FOPEA 2010. Ver en www.fopea.org.ar
- Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión** (AFSCA - INADI - Consejo Nacional de las Mujeres). www.oberdiscriminacion.gob.ar.
- Pérez Gudlo**, Miguel Argentino. Educación y comunicación para la evangelización de la cultura - Saber, hacer y dejar pensar. Córdoba. 1995.
- Porto**, Ricardo. Derecho de la Comunicación. Buenos Aires: Ed. Asociación de Graduados en Derecho y Ciencias Sociales. 1991.
- Priess**, Frank, "Del mitin político a las cámaras de T. V.: la nueva cara de las campañas electorales en Latinoamérica", en Globalización, democracia y medios de comunicación. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung - Centro Interdisciplinario de Estudios sobre el Desarrollo Latinoamericano (CIEDLA). 1999.
- Rey**, Germán, "Ver desde la Ciudadanía. Observatorios y Veedurías ciudadanas de los medios de comunicación en América Latina", en Participación Social en los Medios de Comunicación - Veedurías y Observatorios. Buenos Aires: Ed. La Tribu y Fundación Friedrich Ebert (FES). 2003.
- Rodríguez Villafañe**, Miguel Julio, "Medios de Comunicación, acción del poder público y cuidado del interés común en la Argentina", en Argentina: alternativas frente a la globalización. Pensamiento social de la Iglesia en el Umbral del Tercer Milenio. Buenos Aires: Editorial San Pablo. 1999.
- Ruiz**, Fernando, "El Monitoreo frente a los problemas estructurales. El árbol y el bosque en el trabajo del Monitoreo", en Informe del Monitoreo de FOPEA 2010. Ver en www.fopea.org.ar
- Sartori**, Giovanni. Homo Videns - La sociedad teledirigida. Madrid: Santillana-Taurus. 1998. http://www.ela.org.ar/http://www.periodismosocial.org.ar/area_infancia.cfm





La lógica de la mediación y el principio de la autorregulación

Reflexiones en torno de una experiencia en el Instituto Mexicano de la Radio

Felipe López Veneroni

Profesor investigador Titular A de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, adscrito al Centro de Estudios en Comunicación. Fue Director General de Radio UNAM (1995-1998); Director de Difusión Cultural de la Universidad Autónoma Metropolitana/UAM (1998-1999); Director General de Información de la Procuraduría Federal del Consumidor (1999-2001) y Coordinador de Documentación y Difusión del Tribunal Electoral del Distrito Federal (2001-2003). Desde agosto de 2009 ejerce como Mediador del Instituto Mexicano de la Radio.

Resumen

En este texto se explora el ejercicio de la mediación como resultado del Código de Ética y de un compromiso de autorregulación, elaborado y asumido por el Instituto Mexicano de la Radio, como medio de servicio público. Se discute cuál es la racionalidad en que se sustenta la figura del Mediador del IMER, cuáles son los límites de su acción, sus objetivos y sus compromisos con el público. Al mismo tiempo, se plantea una autocrítica en torno a lo que significó esta experiencia a un año de haberse puesto en marcha y se ofrece una serie de reflexiones de carácter teórico conceptual sobre lo que implica fomentar una cultura del diálogo entre los medios y sus audiencias, en el proceso de la construcción de una sociedad democrática.

Palabras clave: Mediación, autorregulación, observatorios, medios

Resumo

Este texto explora a prática da mediação como um resultado do Código de Ética e um compromisso com a auto-regulação, desenvolvido e aprovado pelo Instituto Mexicano de Rádio como um meio de serviço público. Discutimos o que é o princípio subjacente ao mediador do IMER, quais são os limites de sua atuação, seus objetivos e seus compromissos para com o público. Ao mesmo tempo, há uma auto-crítica sobre o que esta experiência significou um ano de ser lançado e oferece uma série de reflexões conceituais teóricas sobre o que é preciso promover uma cultura de diálogo entre a mídia e seus públicos no processo de construção de uma sociedade democrática.

Palavras-chave: Mediação, auto, observatórios, mídia

Parecería que hay una contradicción—o una redundancia—entre los conceptos de medio de información y de mediador. Si la función de un medio de información es la de actuar como vínculo entre la sociedad y la vida pública ¿qué sentido tiene que el medio opere, a su vez, con un agente que medie entre aquél y la audiencia a la que el medio dice representar?

Dos dichos populares nos ayudan a esbozar una respuesta inicial.

“En casa del herrero, azadón de palo”, es decir, no es improbable que al interior de un medio informativo no se profese lo que constituye su principal atributo: la comunicación. Esto lo saben bien sobre todo los reporteros, cuyas notas informativas o reportajes son siempre sometidos a la consideración, muchas veces discrecional, del editor, del consejo de redacción o del director del medio, quienes en última instancia deciden qué se publica y que pueden darle un giro diferente a la información inicialmente entregada.

“El buen juez, por su casa empieza”, es decir, para ejercer con eficacia y la mayor legitimidad posibles una labor informativa, el medio mismo debiese constituir un espacio en cuyo interior la comunicación sea principio rector de las relaciones profesional y una práctica permanente. Como analogía, podríamos decir que un partido político que tenga como objetivo luchar por la democracia y la representación social, debe operar él mismo como un modelo democrático, poniendo en práctica mecanismos de representación y de transparencia en la toma de decisiones, como parte integral de su estructura de operación y de su filosofía política.

Pues bien: la idea de mediación está ligada, precisamente, a estos dos puntos. Por un lado, constituye un mecanismo que se abre al diálogo entre un espacio profesional especializado en el manejo de una serie de contenidos—informativos, culturales, educativos—y un público cuya naturaleza heterogénea—geográfica y demográficamente—supone una diversidad compleja, cuya riqueza difícilmente puede ser captada como mero dato estadístico o a través de los estudios de audiencia, que necesariamente tienden a construir categorías abstractas (nivel de ingreso, edad, género) para reducir las variables a un patrón de regularidad.

Por otro lado, busca ser una forma por la que el medio se abre a cuestionar y a discutir, a la luz de los puntos de vista de sus escuchas, la calidad de su trabajo, la confiabilidad y la claridad de los contenidos que ofrece y a buscar el continuo mejoramiento de su oferta programática. Se trata de una práctica que, paralelamente a las leyes y reglamentos que rigen la operación de los medios en México, apunta hacia la autorregulación, es decir, a ese ejercicio de evaluación y crítica permanente que

se ejerce con base en una serie de principios asumidos internamente por el propio medio y que hace del conocimiento público, como un compromiso y como un parámetro a partir del cual se pueda, colectivamente, evaluar la labor del medio.

Además de la apertura al diálogo y la autorregulación, el ejercicio de la mediación busca ser un mecanismo adicional de rendición de cuentas. Al hacer del conocimiento público qué es lo que hace un medio determinado, cómo lo hace y las razones que orientan determinadas decisiones, cambios o adiciones a su oferta programática, se busca involucrar a los escuchas en un proceso de mutuo entendimiento. No se trata, entonces, de una administración cerrada en sí misma, cuyas decisiones estarías circunscritas a criterios discrecionales, pero tampoco se trata de un ejercicio de complacencias, según lo indiquen los ratings de popularidad.

El principio de operar con base en un Código de Ética, con el objeto de fomentar tanto la autorregulación como la rendición de cuentas, es un compromiso para todos los medios de información, pero es particularmente importante en los medios electrónicos. Más que ningún otro medio, el alcance y el impacto social que los define, compromete tanto a las instituciones a las que se le ha dado un permiso para extender la cultura a través de la radio y la televisión, como a los particulares a quienes se les ha dado en concesión el derecho de explotar comercialmente lo que, sin embargo, constituye un bien público, propiedad de la Nación, es decir, el espectro radioeléctrico.

No es ocasión para discutir aquí consideraciones de carácter jurídico, pero no está de más recordar que en México no hay medios electrónicos privados y que, en última instancia, al usufructuar un bien propiedad de la Nación, estarían cuando menos éticamente obligados a desarrollar algún tipo de mecanismo para escuchar el punto de vista de sus audiencia (más allá de la medición mercantil de preferencias) y para establecer un mecanismo, también público, de rendición de cuentas. En el caso de los medios que operan bajo la figura del permiso—el IMER cuenta con ambos tipos de figura: la concesión y el permiso—esta exigencia de carácter ético resulta especialmente significativa, ya que es la sociedad en su conjunto la que, a través de diversos mecanismos fiscales, esencialmente financian y hacen posible la existencia de esos medios.

La idea de mediación

La figura de Mediador, así como el concepto de mediación, se derivan del amplio paraguas de los derechos humanos, respecto de los cuales el de la libertad de expresión y el derecho al acceso a la información forman parte de su primera generación. En este sentido, y como se verá más



adelante, la mediación es una práctica que, en términos análogos a la defensa de los derechos humanos, ya presupone una estructura o relación ligada a un ámbito democrático.

Si bien en México existen organismos formalmente constituidos para defender los derechos humanos y para garantizar el acceso de la sociedad civil a la información que genera la Administración Pública, no se había dado una figura particular para atender y articular las demandas de la sociedad civil respecto de los medios de información en general (sus modos de operación, sus contenidos, programación, criterios de clasificación y jerarquización de noticias), y, en particular, de los medios de carácter "público", vale decir, operados de manera central o descentralizada por el Estado, sin objetivos comerciales ni de lucro y con un compromiso orientado a los contenidos de corte educativo, cultural.

La figura de mediador surge como respuesta a esta inquietud. En la medida en que las sociedades se tornan más participativas, más conscientes de sus derechos y de que son los propios actores sociales los que, en última instancia, sostienen los proyectos públicos de radio y televisión a través del pago de impuestos, exigen una mayor claridad en cuanto a cómo se utilizan los recursos, quiénes deciden cómo se gastan o invierten esos recursos, quién y cómo se diseña la programación, o bien, porqué se dan tales o cuales cambios.

Aun cuando las radios pueden tener una política de líneas abiertas se necesita a una figura que no sea parte del medio como tal (empleado o funcionario), que no sea un agente del Estado en activo, miembro de algún partido político u orden religiosa, etc., pero que al mismo tiempo entienda del medio y sea capaz de vincularse, lo menos subjetivamente posible, con las demandas, reclamos o intereses del auditorio en lo que concierne a la programación y las decisiones que afectan a ésta.

En este sentido, el IMER comenzó a trabajar primero en un código de ética de carácter público y abierto para todos sus trabajadores: los del área de noticias como de todas las demás áreas de la programación. Del código se derivaron varias líneas de trabajo que articularon lo que se denomina código de autorregulación (más adelante volveremos sobre este punto), es decir, aquellas formas de trabajo, principios éticos, etc., a los que se compromete el medio y su personal. La figura del mediador es, en buena medida, un observador participante, de buena fe, que mide, evalúa y coparticipa con el medio en términos del cumplimiento de esos principios que ha asumido como propios y verifica que la programación, el diseño de ésta y sus contenidos se ajusten a ese código y no violen esos principios.

El ethos de la Autorregulación

La idea de autorregulación—que está ligada al principio de ética, es decir, de actuar con base en principios claramente delineados y públicamente asumidos—es un precepto propio de sociedades democráticas, donde se busca equilibrar la responsabilidad social con la libertad de expresión. El riesgo de cualquier otro mecanismo de evaluación o crítica sobre los medios, particularmente si se trata de una instancia externa a éstos, será siempre el de la censura.

La autorregulación, que en principio tiene su origen conceptual en la voluntad de autocrítica, permite una forma de reflexión inteligente, fundada y libre para que el propio medio pueda verse en función de la opinión del público al que se dirige.

Una cosa es cómo ve el medio al público (en tanto audiencia ligada al rating o simplemente como auditorio) y otra cómo el público ve al medio. Si se abre un espacio intermedio entre el auditorio y el medio, es factible ir construyendo una imagen más equilibrada y sensata sobre el medio y sus funciones: corregir errores, afinar (pre)suposiciones y generar los ajustes y las adaptaciones que hagan al medio más cercano con un público que, más que un punto de rating o un mero dato estadístico, está conformado por actores sociales que piensan, que tienen una opinión y que tienen, sobre todo, derecho a al uso de la palabra.

¿Qué es la mediación?

La mediación es un concepto amplio que abarca lo mismo el campo político, el laboral y el diplomático, que el ámbito familiar y las relaciones cotidianas. Si bien el término de mediación suele estar relacionado con la resolución de conflictos, su rango de acción no se agota en ese rubro.

La mediación se refiere a la intercesión, a la conciliación o a la intervención de un tercero que, sin tomar partido, actúa de buena fe entre dos entidades, a fin de generar condiciones para que éstas alcancen un mutuo entendimiento. La mediación busca promover la discusión racional y generar un espacio de concordia en el que dos o más entidades puedan escucharse, intercambiar puntos de vista y superar posibles distorsiones en el proceso de comunicación.

Mediación y comunicación son conceptos complementarios. La idea fundamental de ambas es poner en común u orientar hacia un sentido común. Entre los antiguos romanos, el término *senso comunis* (sentido común), tenía una doble acepción:

- I. La de un conjunto de ideas, valores, principios y objetivos aceptados y compartidos por la comunidad.



De hecho, en Italia los gobiernos locales se siguen llamando Comunas, que conjunta el término munis/mono (como en municipio y monos, como único o individual) con el copulativo co, es decir, lo que une a varios individuos en una misma entidad. Puede hablarse entonces de senso comunis como una comunidad de sentido.

- II. La de una identidad colectiva, referida precisamente a la comunidad, en donde los individuos pueden desarrollarse y realizarse plenamente como personas, con un proyecto de vida orientado por los valores, principios e ideas compartidos por la comunidad. En esta segunda acepción, senso comunis equivale a sentido de comunidad.

El IMER constituye y aspira a consolidar precisamente una comunidad. No se trata de una comunidad política, en el sentido administrativo del término, sino de una comunidad de radioescuchas. Como toda comunidad, los radioescuchas de las 17 estaciones del IMER forman un vasto mosaico de gustos diversos, de opiniones distintas, de diferentes perspectivas, pero que encuentran en una institución de radio pública, plural e incluyente, un referente común que los une. Que nos une.

La función del mediador es, precisamente, articular un espacio de reflexión para que todos los radioescuchas del IMER, puedan conocerse y reconocerse; un espacio que permita poner en común el proyecto de la institución radiofónica y las ideas, propuestas, críticas y observaciones acerca de sus programas, que provengan de su comunidad de radioescuchas.

La mediación como principio de voluntad compartida

Toda forma de mediación depende de un principio fundamental: la buena voluntad del mediador y la aceptación voluntaria de las partes de reconocer en éste a un actor imparcial e independiente que, de buena fe, busca acercar puntos de vista diversos o aun opuestos, para llegar a una concordia. La mediación no tiene el objetivo de obligar a las partes a llegar a un acuerdo; no impone decisiones o resoluciones, sino promueve el entendimiento y la comprensión.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, hay dos modelos básicos de mediación:

1. El de la mediación-facilitación, en el que el mediador se esfuerza por facilitar la comunicación entre las partes y por ayudar a cada una de ellas a comprender la perspectiva, posición e intereses de la otra en relación con la controversia.
2. El de la mediación-evaluación, en el que el mediador realiza una evaluación no vinculante de la controversia

que luego las partes están libres de aceptar o rechazar como solución de la controversia.

El mediador del Instituto Mexicano de la Radio responde sobre todo al primer modelo. No se trata de una figura que resuelva conflictos o desencuentros, sino, más bien, un actor que facilita la interacción de un medio de carácter público, el IMER, con un auditorio geográficamente diverso, socialmente plural y que tiene derecho a conocer las políticas de ese medio, es decir, cómo diseña su extensa oferta de programas y cuáles son los compromisos que obligan al IMER a desarrollar un proyecto radiofónico de corte social, amplio, incluyente y orientado hacia la educación y la cultura del país.

El ámbito comunicativo del mediador

El ámbito del mediador del Instituto Mexicano de la Radio no es el de la acción política (como lo puede ser, por ejemplo, un representante del Poder Legislativo), el de la acción normativa (como lo puede ser el de un especialista o figura pública que media en un conflicto social), ni tampoco el de la acción jurídica (como lo puede ser, por ejemplo, un conciliador legal, que busca la avenencia de las partes para evitar ir a juicio). El ámbito propio del mediador del IMER es el de la acción comunicativa.

El concepto de acción comunicativa se lo debemos al pensador alemán Jürgen Habermas¹. Se refiere a la posibilidad de establecer un marco de principios y valores comunes, es decir, compartidos por una comunidad, y a partir de este marco crear una serie de condiciones "ideales" para que, a través de un diálogo razonado, abierto, inteligible y respetuoso, los diferentes participantes o miembros de esa comunidad puedan alcanzar acuerdos que orienten una acción socialmente coordinada hacia fines consensuados.

La acción comunicativa consiste en construir puentes de acercamiento para que, respetando las diferencias, los integrantes de una comunidad puedan gradualmente alcanzar puntos de vista comunes, o cuando menos, que sean entendidos y comprendidos por todos. No se trata de justificar ni de legitimar decisiones, discursos o acciones, sino de hacerlas comprensibles para generar un ámbito de cooperación, basado en la razón o sentido común y la participación cooperativa.

En este caso, la idea de mediación es la de propiciar y la de facilitar el diálogo entre el IMER—como proveedor de un

¹ Jürgen Habermas: filósofo y sociólogo alemán, nacido en 1929. Ha tenido una destacada trayectoria en el pensamiento social contemporáneo. Entre sus obras principales destacan *La Teoría de la Acción Comunicativa* y *El Discurso Filosófico de la Modernidad*. En 1971 fue director del Instituto Max Planck, una de las más importantes instituciones en el mundo en materia de investigación científica, cultural y artística.

servicio público, orientado por un proyecto institucional y una serie de políticas públicas en materia de educación y cultura—y los diversos públicos que integran su auditorio, es decir, su comunidad. ¿Qué opinan y qué piensan de la programación del IMER? ¿Qué consideran que sobra o que hace falta? ¿Qué se puede mejorar o cómo podría diversificarse los contenidos?

¿Por qué se requiere la figura del mediador?

A diferencia de otros servicios públicos (como el suministro de la energía eléctrica, el desarrollo de infraestructura o la educación, a la que está constitucionalmente obligado tanto el Estado como el ciudadano), la radio no es un servicio vinculante u obligatorio. Nadie está “obligado” a escuchar el IMER o ninguna otra estación y, con frecuencia, los escuchas cambian continuamente de estaciones o, según sus preferencias, sintonizan diferentes estaciones en diferentes horarios.

Sin embargo, para el IMER sí es fundamental no sólo conocer a su auditorio, sino abrir todos los canales posibles y diversificar las formas para ponerse en contacto con sus escuchas. Para el IMER, los radioescuchas no son entes pasivos, entidades amorfas, a los que se pueda categorizar como puntos en un espacio ideado por la medición de audiencias (o rating), o bien, como categorías de consumidores, según ingresos y niveles de escolaridad.

El IMER considera que los radioescuchas son actores sociales, que forman una comunidad; una comunidad que tiene puntos de vista, intereses, preferencias y sobre todo una disposición por abrirse a temas y contenidos que enriquezcan y amplíen su horizonte personal. Sin embargo, la dinámica de operación interna de una institución tan compleja como el IMER, la actividad cotidiana, las demandas técnicas, de producción y administración y, quizás más importante, el principio ético de imparcialidad en la evaluación, impiden que la propia institución actúe como “juez y parte”.

Más que sujetar los programas radiofónicos del IMER a una evaluación técnica externa, con todo lo que esto puede implicar en términos de censura, injerencia política, o incluso limitación de la libertad de expresión, se parte del principio de la autocrítica y la autorreflexión: el propio medio, desde su interior, se asume como un espacio sujeto al escrutinio del público al que se dirige, a través de un tercero—es decir, el mediador—que hace las veces de vaso comunicante entre el punto de vista del público, pero también, el punto de vista de la propia institución: sus directivos, sus órganos colegiados, sus productores y colaboradores. No debemos olvidar que, en última instancia, la institución no sólo debe tener la libertad, sino también la obligación de operar el medio, de proponer sus contenidos, de explorar

diferentes vías de creatividad y, en su caso, de modificar su oferta programática o, también, de cambiar a sus colaboradores.

El punto, en todo caso, es siempre hacerlo de manera transparente y abierta, ofreciendo al público las razones por las que se tomó tal o cual decisión, se hizo tal o cual cambio o se incluyó un nuevo programa, etc. Y esa es una labor comunicativa: buscar los elementos que nos permitan poner y hacer en común un proyecto radiofónico que no sólo recoja las preferencias del público, sino que también pueda ofrecer vistas, sonidos, tendencias novedosas, diferentes y alternativas. La radio no construye el mundo, pero puede ser una ventana hacia otros mundos.

¿Mediador o Defensor?

Los otros medios públicos que cuentan con una figura análoga, Canal 22 y Radio Educación, usan el término Defensor de la Audiencia, o bien, ombudsman. ¿Por qué no lo hizo así el IMER?

El concepto de defensor está más ligado al campo jurídico, si bien en un ámbito extra judicial o, para ser más precisos, extra jurisdiccional. El imer, sin embargo, sintió que este término no aplicaba propiamente a la labor que se llevaría a cabo en sus 17 estaciones, porque aun cuando el imer forma parte del estado, no es una figura de autoridad ni tiene ingerencia forzosa o directa sobre la sociedad (como sí la tiene, por ejemplo, la Secretaría de Hacienda, la de Gobernación o la Secretarías de Seguridad Pública).

En el IMER, que opera 17 estaciones en todo el país, tanto en amplitud modulada como en frecuencia modulada y, más recientemente, una emisora exclusivamente en línea, se optó por no llamar a esta figura Ombudsman, porque sostiene (y yo concuerdo) que la radio es un servicio público al que podemos, como ciudadanos, renunciar sin mayor afectación a nuestra vida. Es decir, a diferencia del suministro de la energía eléctrica, de los servicios de salud o de tránsito y vialidad, a los que no se puede renunciar como ciudadanos y que sí tienen una afectación directa en nuestra calidad de vida, en el caso de la radiodifusión si hay algo que no es del gusto de alguien se puede cambiar de estación o, en el peor de los casos, simplemente apagar el aparato.

Entonces se planteó una figura más cercana a la intervención cultural de buena fe (hay toda una política incluso a nivel internacional en torno de la mediación), una figura que ayude a canalizar y moderar los términos de un debate público, es decir, de un diálogo. Al estar todavía en formación esa cultura del diálogo—como práctica social—es fácil que el público confunda la orientación y moderación, con la participación activa.



Características del Mediador

El Mediador es una figura pública independiente que guarda una relación institucional con el Instituto Mexicano de la Radio, pero no forma parte del personal de estructura del Instituto ni establecerá con éste ningún tipo de vínculo laboral, ni será sujeto de alguna otra contraprestación; no obstante, tendrá derecho durante el período que dure su encargo a una remuneración simbólica, establecida por la Mesa Editorial y la Dirección de Administración y Finanzas, la cual no podrá rebasar el monto percibido por un subdirector de área en el Instituto.

El Mediador del IMER debe responder al siguiente perfil:

1. Ser una persona honorable, de comprobable integridad y ética así como de reconocida trayectoria en el ámbito académico o profesional de la Comunicación.
2. No tener intereses que interfieran o comprometan su función como intermediario entre IMER y sus radioescuchas. No tener vínculo como militante de algún partido o agrupación política nacional ni ocupar algún cargo de elección popular o dentro de la administración pública. Tampoco puede ser ministro de ningún culto religioso.
3. Abstenerse de utilizar los espacios radiofónicos del IMER o el nombre del Instituto para propagar sus creencias personales, sean éstas políticas, religiosas, éticas o económicas.
4. Mantener una relación respetuosa e institucional tanto con el auditorio como con la Dirección, el personal y los colaboradores del IMER.

Recuento de una experiencia

Visto a la distancia de un año, me queda clara cuando menos una cosa: la complejidad del ejercicio de la mediación no está en el medio, sino en el modo, es decir, en aquello que, a diferencia de la tecnología, sí nos es común a todos los actores sociales: el uso del lenguaje. Ese uso ha sido, de mi lado y del lado del público, el reto que ha presentado la mayor complejidad. Creo que no estamos acostumbrados a hablar: a escuchar al otro y a ser escuchados por el otro.

Quizás en un principio, la posición de muchos trabajadores y colaboradores del IMER ante la figura del Mediador fue de sospecha y suspicacia (quién es este tipo y qué se cree que va hacer). Ningún profesional es más celoso de sus secretos gremiales y de su *modus operandi* que el periodista o el crítico cultural. Puesto que el ejercicio del periodismo y la crítica cultural gozan, por así decirlo, del fuero de la libertad de expresión, no es saludable ni viable pensar, como señalé anteriormente,

en alguna instancia externa al medio para regular su trabajo, porque inevitablemente roza con la censura y la imposición externa de criterios.

En cambio, una figura que, sin ser parte del poder público pero tampoco un funcionario o trabajador del medio, pero que está públicamente reconocida como una figura respetable, que no responde a ningún interés pecuniario, dogmático o político y que, al mismo tiempo, ha tenido experiencia profesional en el área, puede generar la autoridad moral para llamar la atención o señalar aquellas desviaciones respecto del código de ética y del código de autorregulación que el trabajador del medio se comprometió a cumplir. Con el paso del tiempo, el mediador también les ha demostrado que cuando se les acusa injustamente de ineficientes o de que llevan a cabo un trabajo sesgado, se los puede defender o cuando menos aclarar públicamente cuando no es el caso.

Digamos, entonces, que hay un entente entre el Mediador y los trabajadores del micrófono, tendiendo hacia la simpatía y mutuo respeto, que creo que serán las normas mínimas de una urbanidad mediática para construir un ambiente recíproco de confianza, veracidad y transparencia, al interior del medio y con el público escucha.

La impresión que tengo en este ejercicio, es que buena parte de nuestros escuchas no concibe la mediación como una forma de crear condiciones para establecer un diálogo racional, que permita acercar puntos de vista divergentes, a fin de superar distorsiones propias de todo proceso de comunicación. Más bien, quienes se han dirigido al mediador lo conciben, o imaginan, como una "autoridad", con un "mandato", obligado a resolver las quejas que se le hagan llegar. La idea del mediador como un actor independiente que, de buena fe, participa en la construcción de un ejercicio de racionalidad (y entiendo por razón no la posesión de la verdad, sino la posibilidad de dar proporción a las cosas, de ubicarlas en su justa perspectiva), parecería que todavía no cuaja.

La idea inicial que muchos escuchas tuvieron en torno a las funciones del mediador, fueron de carácter operativo, es decir, quisieron ver en el mediador a una suerte de autoridad paralela a la dirección del imer, capaz de llamar la atención, intervenir en las decisiones de programación y dictar fallos inapelables. De ahí que, más que buscar entablar una reflexión común, plantearan problemas de carácter operativo o de preferencias (si gusta o no tal o cual programa, si tal o cual locutor o conductor agrada o desagrada, que se quite un programa o se ponga otro, etc.).

Ese es, desde mi horizonte, el reto principal que enfrenta este espacio: hacerse entender por lo que es (o busca ser) y no por lo que otros creen que es, o quisieran que fuera



(oficina de quejas, dirección de fiscalización, etc.). Tardará todavía algún tiempo el que la idea de la mediación cobre sentido. Sin embargo, la participación de los escuchas y los temas que se han abordado—más allá de las quejas o percepciones de gusto—traza un horizonte promisorio (sin olvidar que el horizonte es una línea imaginaria que, conforme uno se acerca, se va alejando).

¿Qué se ha logrado en este primer año?

A un año de haber comenzado esta experiencia, se han producido 52 programas de media hora a la semana, contestado más de 235 correos y cientos de llamadas telefónicas y participado en el Blog, en los que se han recogido las críticas, dudas, propuestas, comentarios y quejas de los radioescuchas.

Como alternativa para atender la participación de los escuchas y dar fe de qué se ha cumplido y cómo se ha cumplido, propuse crear un mecanismo bilateral que el Mediador vierte en términos de un Bitácora.

La Bitácora del Mediador, es un documento que, bimestralmente, recoge los principales puntos expuestos por los radioescuchas. Consta de tres partes: las observaciones generales, en las que se resume la tendencia general de los comunicados y de las observaciones del auditorio; las observaciones particulares, donde se recogen aquellos puntos que resultan, por reiteración o amplitud, de particular interés o a los que hay que dar prioridad y, finalmente, las recomendaciones, es decir, el equivalente a los fallos o sentencias, con los que se indica a las autoridades del IMER qué es lo que se considera se debe o debiera hacer para superar un problema o una serie de problemas.

Por parte de las autoridades del IMER, se estableció una Mesa de Atención. En esta Mesa de Atención participan, además de la Dirección General del Instituto, sus dos órganos colegiados: el Consejo de Programación y la Mesa Editorial, así como aquellos funcionarios (productores, directores, colaboradores), a los que compete atender o resolver alguno de los puntos contenidos en las Recomendaciones.

A septiembre de 2010, se han generado seis Bitácoras, con su respectiva serie de recomendaciones y éstas se han atendido de manera puntual, o alternativa. Es decir, o se ha corregido el problema (por ejemplo, explicitar por escrito de los criterios de retransmisión de programas radiales), o bien se han dado alternativas a las peticiones de los escuchas (por ejemplo, si se canceló la retransmisión de algún programa, se han creado Pod Casts para que el público pueda escucharlos fuera de su horario regular de transmisión).

Asimismo, se coadyuvó a que las autoridades del IMER negociaran con uno de los dos sindicatos en los que

está organizada la fuerza laboral del IMER para que se le permitiera a un joven locutor—muy popular entre los adolescentes—reincorporarse a su programa sobre rock mexicano y que, en ese exceso de entusiasmo propio de los jóvenes, había utilizado como ariete personal para hacer alusiones personales a otros compañeros de trabajo.

Conviene señalar que tanto las Bitácoras, como las respuestas que ofrece la Mesa de Atención por parte de las autoridades del IMER, son de carácter público y pueden ser consultadas en la sección correspondiente de la página electrónica del Mediador, dentro del sitio del Instituto Mexicano de la Radio. Hasta donde se tiene información, ninguno de los espacios análogos de representación o defensoría de las audiencias, cuentan con un esquema similar. Se considera, entonces, que este ejercicio constituye un paso importante en el proceso de transparentar la toma de decisiones sobre la programación que lleva a cabo el Instituto Mexicano de la Radio y constituye un mecanismo objetivo de rendición de cuentas para los escuchas del IMER, así como para los estudiosos o investigadores que trabajan este tema.

Comunicación, mediación y la lógica del medio (reflexiones teóricas a propósito de una experiencia práctica)

En una plática con un estudiante de la Enep Acatlán, se abordó el tema de la bidireccionalidad del discurso como condición del acto comunicativo y si se podía considerar al IMER como un medio que busca esta bidireccionalidad. Honestamente, no creo que sea el caso, pero no porque esto sea un problema exclusivo del IMER, sino porque nos lleva a la mecánica de los medios en general (así sea la BBC de Londres, la PBS estadounidense o las radios indigenistas).

Sin entrar en detalles teóricos, no hay que olvidar que una cosa es la mediación dialógica (el uso social de la palabra, en relaciones interactivas, que no sólo anteceden cualquier tecnología, sino que son independientes de ésta) y otra, muy distinta, la mediación de carácter tecnológico, en la que por la naturaleza misma de la mecánica y la operación del medio, se impone siempre una racionalidad instrumental.

Los medios electrónicos, o aun los impresos tradicionales, dependen como tal de la emisión, transmisión y recepción de señales, entre dos polos objetiva y técnicamente diferenciados entre sí: el emisor y el receptor. Por el contrario, en el mundo de vida social, todos somos, a un tiempo, emisores-receptores-intérpretes. Las relaciones dialógicas de carácter interactivo dependen de los sistemas de signos (como el lenguaje) y de universos de referencia simbólicos (i.e., la modernidad, la antigüedad, las sociedades tradicionales frente a la sociedades



urbanas, la posición de clase, el capital educativo, la posición de género, etc.) y no del flujo físico de señales en el espacio electromagnético o radioeléctrico.

Como propone Cassirer en su *Antropología Filosófica*, señal y símbolo corresponden a dos universos totalmente distintos del discurso: el uno es de carácter físico (o instintivo) y operativo; el otro forma parte del universo del entendimiento y de la cultura y su naturaleza más que operativa o meramente indicativa, es, sobre todo, designativa y significativa. El símbolo y el signo están socialmente mediados, que no, ojo, mediatizados.

Precisamente la idea de la mediación es la de abrir un espacio de relaciones dialógicas independiente o, cuando menos, diferenciado, de la diámica interna del medio. No es que el proceso de mediación sea, de suyo, bidireccional, pero sí establece una pauta de interactividad que, al no estar circunscrita a la perspectiva formal del medio, abre una suerte de "tercera vía" entre el medio y su público. En suma: ningún medio puede establecer una relación bidireccional, cuando menos no en el sentido dialógico-simbólico del término. Pero sí puede trabajar en función de un "tercero" en discordia para generar una acción conducente al diálogo intersubjetivo.

La herramienta de la mediación

La herramienta fundamental de toda mediación es el diálogo racional. ¿Qué se quiere decir con esto? El término es complicado y habría que recurrir a varias fuentes para precisarlo (desde luego Platón, pero también está implícito en el concepto de la terapia psicoanalítica y, sobre todo, en todo lo que Habermas desarrolla en su teoría de la acción comunicativa).

El diálogo se refiere a aquello que se hace y se alcanza través de la palabra. La palabra no es propiedad de nadie, sino el vínculo que nos permite a todos conocernos y reconocernos. En estricto sentido, nunca nadie tiene la última palabra y, cuando menos en una cultura genuinamente democrática, todos tienen derecho a la palabra.

Una cultura del diálogo, como lo demuestran de manera luminosa los diálogos de Platón, está sustentada en una sinergia entre dos movimientos complementarios: la competencia lingüística y la voluntad de participación para llegar a un acuerdo. La competencia lingüística está relacionada con la habilidad para exponer ideas, argumentos o proposiciones de manera clara, sencilla y mesurada; la voluntad de participación, está relacionada con la disposición de dos o más interlocutores a reconocer que, además del suyo propio, puede y, de hecho, suele haber otros argumentos igualmente válidos. Consecuentemente, nadie tiene la última palabra y el entendimiento o el acuerdo (mas que "la" verdad) se construyen en el consenso racional.

Quien entra en una relación dialógica animado por la voluntad de participar y de alcanzar un acuerdo, aun si carece de elocuencia, de la suficiente competencia lingüística para expresar sus ideas, probablemente se beneficie del entendimiento y el consenso que se alcance. De hecho, es probable que en el intercambio de ideas genuinamente motivado, mejore su competencia lingüística y abone a una relación dialógica cada vez más rica y productiva.

Quien entra en una relación dialógica únicamente movido por la competencia lingüística, pero sin la voluntad de participar, inevitablemente acaba transformando el discurso en retórica: la idea ya no es llegar a un acuerdo, sino vencer al otro o a los otros. Lejos de aceptar que puede haber otra versión, se aferra a la suya propia y transmuta la imaginación simbólica que anida en la palabra en una estructura pétrea e irreductible: ya no puede moverse de ese punto.

Entonces, en vez de usar la palabra como hilo conductor, como el vaso comunicante para que fluya la razón, la convierte en ariete: se usa para descalificar y desconocer al interlocutor, aun si éste se manifiesta como un participante de buena fe. Cuando las palabras se usan para descalificar al otro, se suelen cancelar las posibilidades del diálogo, ya que la interacción se reduce a que las cosas sean sólo como una de las partes quiere; todo o nada.

Lo que busco con el programa es fomentar tanto el uso de la competencia lingüística—para clarificar los puntos de vista—como sobre todo impulsar la idea de participar de buena fe para buscar un acuerdo, un mutuo entendimiento, que permita la construcción de un proceso de diálogo entre el IMER y sus públicos, con base en un proyecto común: una radio pública plural, diversa y de calidad.

Se ha cuestionado desde varios frentes que la perspectiva de un pragmatismo dialógico, sobre todo como el que propone Habermas en su *Teoría de la Acción Comunicativa*, constituye una utopía irrealizable; que resulta prácticamente imposible lograr esas condiciones ideales de validez que harían posible una interacción de esta naturaleza. No es este el momento ni el espacio para adentrarse en esos cuestionamientos, (SOLARES. 1995) particularmente en lo referente a "condiciones ideales" que, hasta donde yo lo entiendo, proviene de una abstracción metodológica de Max Weber pero que debe ser operada, como lo señala el propio Weber, sólo como un modelo—o un momento—abstracto, no como una realidad empírica.

Lo que sí me parece especialmente rescatable de la reflexión de Habermas, es su insistencia en el concepto y en la práctica del diálogo, como una condición misma para la construcción de comunidad,



es decir, de comunicación. El gran reto de la sociedad contemporánea, de la política contemporánea, es regresar a la posibilidad del diálogo como la base misma de su praxis. No deja de haber una cierta ironía en un momento histórico en el que estamos rodeados de todas las tecnologías imaginables que, sólo en apariencia, facilitarían la comunicación. Pero, lo hemos señalado en otros trabajos, (LÓPEZ V. 1997) transmitir y recibir datos o información no equivale a comunicarse, es decir, no equivale a una relación dialógica.

No olvidemos que el verdadero poder del Nacional Socialismo alemán, como lo descifró Cassirer con extraordinaria lucidez en *El mito del Estado*, (1982) no fue el uso del cinematógrafo, de la radio o de los carteles en sí mismos, sino el contenido de un discurso que se expresó como acción política y una política del manejo discursivo que, de manera efectiva, negó la posibilidad a cualquier otra forma de acción política. Los medios no fueron sino el vehículo material de una operación más compleja: la distorsión de ciertas formas simbólicas que, proyectadas contra el inconsciente histórico de una colectividad materialmente abatida, modificó sus formas de relación y el tejido de su interacción para, más allá de los medios, deformar el sentido de las palabras y, con ello, la acción misma de la sociedad².

¿No está este fenómeno también presente en el totalitarismo estalinista, en la lógica de los fanatismos de cualquier signo, o aun en la apropiación discursiva de la historia nacional que proyectó al PRI como la fuerza hegemónica en la política mexicana durante casi siete décadas? Parecería que la coyuntura inmediata de las tecnologías de la información nos impide ver la profunda sutileza histórica de procesos de manipulación cultural que, a través de la apropiación del lenguaje y la "legítima" monopolización del discurso, han permitido a instituciones como la iglesia Católica, por ejemplo, dominar durante siglos los sistemas de representación cultural de Occidente y mantenerse, aún hoy, como una fuerza social y política de consideración.

2. El *anschluss*, por el cual la Alemania nazi justifica la anexión de Austria, el concepto y la práctica de "la solución final", por la que se eliminan a 6 millones de judíos luego de haberlos aislado primero en ghettos y luego en campos de concentración, la conquista y defensa del llamado *Lebensraum*, el espacio vital de una supuesta comunidad pan-germánica, de la que había que expulsar a judíos, checos, polacos y franceses, etc., son ejemplos de una práctica discursiva cuya significación estaba acompañada por la distorsión de las formas simbólicas (i.e., el uso de la suástica, la superioridad racial del ario, el *reich* de los mil años, la necesaria reivindicación del pueblo alemán de su historia mítica, etc.). Esta distorsión generó todo un entorno lingüístico propio del Nacional Socialismo, por el que se erradicó la semántica convencional del idioma alemán. Haría falta un análisis del discurso, semiótico y semántico, del manejo del lenguaje en los periódicos, los textos escolares, los carteles, etc. durante el período en que Hitler estuvo en el poder. El propio Cassirer, estando en el exilio y hasta antes de su muerte, en 1945, comenta que cuando le llegaba algún diario alemán ya no entendía su propio idioma por el grado de distorsión semántica al que éste había sido sometido.

También es el caso de 1984, la novela apocalíptica de George Orwell sobre un futuro totalitario³. Las lecturas convencionales de esta obra suelen poner énfasis en el uso de la televisión como ese panóptico mediante el cual el Hermano Mayor observa permanentemente a la sociedad, mientras que ésta, por su parte, está obligada a escuchar solo lo que el Hermano Mayor dice. Pocos reparan, sin embargo, en que el verdadero factor de poder en la novela—aquello por lo cual se genera un estado de desconcierto y temor generalizados—es precisamente ese "decir" que se traduce como manipulación del lenguaje y monopolización del discurso.

A través de la lógica irracional del *double talk* (la duplicidad o, mejor, la indeterminación enunciativa), el Hermano Mayor ejerce un control absoluto incluso sobre sus más cercanos colaboradores, ya que subvierte las palabras en significantes totalmente discrecionales, es decir, en elementos de significación que carecen de significado. El verdadero acto político del Hermano Mayor constituye un golpe de estado lingüístico, ya que, como ocurrió en la Alemania Nazi, se suprimen las convenciones semánticas de la lengua y el habla: lo que hoy quiere decir algo, mañana puede decir exactamente lo contrario, de tal suerte que no hay asidero posible a un sistema socialmente válido de referentes lingüísticos.

Aun si un personaje, para justificar una acción o una decisión determinada, se apega a lo que el Hermano Mayor acababa de decir apenas el día anterior, resulta que como al día siguiente ya no tiene el mismo significado, ese personaje es enjuiciado por traición al Estado. Más que el uso del medio televisivo, el verdadero poder del Hermano Mayor consiste en un imperio sobre la función designativo-significativa del lenguaje, lo que le permite anular toda posibilidad de comunicación. Anular la comunicación—es decir, crear un estado de zozobra parlamentaria y de silencio generalizado que mantiene a la colectividad en vilo—equivale a anular, precisamente, a la comunidad.

Consideraciones finales

Para poner en marcha una experiencia de esta naturaleza es necesario, ante todo, que existan la voluntad y el genuino deseo de las emisoras de radio por asumir, de manera orgánica, el compromiso público de la rendición de cuentas. No se trata de que una emisora abdique de su perfil o que renuncie a su propio proyecto como medio, sino que haga del conocimiento del público cuál ese proyecto, cómo está construido y cómo es que se diseñan la oferta programática, quién o quiénes participan en la toma de decisiones y cuáles son los mecanismos para decidir la inclusión de un nuevo programa, o su retiro del aire.

3. Tómense en cuenta que la novela fue publicada en 1949.

Aun cuando se trate de una emisora privada y el criterio fundamental de su operación esté centrado en la lógica pecuniaria, no debe olvidarse nunca que una estación de radio tiene un efecto público, un alcance social, por lo que resulta sano (incluso si se reduce ese ejercicio a una técnica de estudio de mercado) abrirse al escrutinio y la participación de aquellos que escuchan y participan de esa emisora.

En otras palabras: aun a quienes les puede parecer un tanto fatuo esto de que las emisoras tengan una figura de mediación o defensoría, porque realmente no son instancias que resuelvan problemas de carácter operativo o administrativo, no debemos olvidar un punto central: las comisiones de derechos humanos, los institutos para garantizar el acceso a la información o las figuras que buscan detonar la participación del público y fomentar un ejercicio de autocrítica no deben valorarse únicamente desde una óptica instrumental. Ante todo, se trata de instancias que permiten reconocer el grado de avance democrático de una sociedad, de una comunidad o de una institución. En una estructura autoritaria o vertical, simplemente no existen mecanismos de apertura al escrutinio público y a la participación u opinión del público.

La Mediación no es una forma de complacencia del gusto popular, sino un espacio de interacción dialógica que permite (a) una cierta reflexión colectiva—medio y sociedad—sobre un proyecto común y (b) una cierta autorreflexión o, si se prefiere, un cierto grado de autocrítica del medio, en una actividad que, por técnica y especializada que sea, sólo tiene sentido en la medida en que conecta con una comunidad y genera un vaso comunicante abierto hacia la otredad. La radio sólo puede conocerse a sí misma en la medida en que se re-conoce en y con el otro: el público. De otra manera, ¿con quién dialoga el medio? Y, acaso más importante, ¿a quién representa? 

Bibliografía

Cassirer, Ernst. El mito del Estado. México: FCE, 1982.

López Veneroni, Felipe. La ciencia de la comunicación Objeto y método de estudio. México: Ed. Trillas, 1997.

Solares, Blanca. El Síndrome Habermas. México: FCPYS/ UNAM-M.A. Porrúa, 1995.

En medio de un medio público

El Telégrafo, un caso ecuatoriano

Paulina Escobar

Una obra que invita a reflexionar sobre los conceptos y características de un medio público, un medio oficial y un medio estatal. Todo, en el marco del proyecto de diario público, que significó la etapa de diario El Telégrafo, entre marzo de 2008 y abril de 2010.

El libro surgió con la intención de dejar un testimonio -para estudiantes, periodistas y actores de la comunicación social- de una etapa inédita en el periodismo ecuatoriano, específicamente en el periodismo escrito. En su primera parte expone el contexto mundial y regional de los medios públicos, oficiales y estatales, para vislumbrar la identidad de El Telégrafo, como medio público.

En la segunda parte detalla la propuesta editorial que guió al diario y la orientación social que se construía a través de sus secciones y nuevos espacios. En la tercera parte presenta al rediseño editorial y gráfico, como la evidencia de un concepto gráfico diferente con relación a los formatos tradicionales de la prensa nacional.

¡dalo a: libreria@ciespal.net



NUEVA PUBLICACIÓN



Observatorios:

fortalecimiento de la libertad de expresión y reivindicación del derecho a la crítica

Fernando Checa Montúfar

Ecuatoriano, comunicador e investigador, director del CIESPAL

Resumen

El autor reflexiona acerca de la conformación y función de las veedurías y observatorios de medios ciudadanos y narra la experiencia de CIESPAL con su publicación digital Mediaciones y los desencuentros que ha tenido con la prensa privada y pública durante la labor de vigilancia de los derechos ciudadanos de la comunicación.

Palabras clave: *Ciudadanía comunicativa, libertad de expresión, observatorio de medios*

Resumo

O autor reflete sobre a formação e função de câes de guarda da mídia e observatórios públicos e conta com a experiência CIESPAL publicação digital e teve desencantamentos com a imprensa privada e pública durante a vigilância dos direitos dos cidadãos de comunicação.

Palavras-chave: *Cidadania comunicação, liberdade de expressão, mídia observatório*

Uno tiene los medios que se merece. Los ciudadanos estamos obligados a hacer algo para mejorarlos.

Armand Mattelart¹

A la sociedad que vivimos actualmente, Eliseo Verón la ha definido como "sociedad mediatizada" por la centralidad de los medios de comunicación en la esfera pública y en los diversos espacios de la vida cotidiana, incluso en los privados. Este hecho ha determinado que de esa idea de la prensa como cuarto poder se haya pasado a pensarla como "el poder", un poder ubicuo y de

gran influencia en variedad de ámbitos, empezando por el político-ideológico. "Es demasiado poder, es un poder muy peligroso", decía hace algunos años Miguel Ángel Capriles, empresario de medios venezolano, dueño de la Cadena de Publicaciones Capriles.²

Con respecto a este poder es interesante lo que señala el Instituto Gutenberg:

La prensa fiscaliza al gobierno. La prensa fiscaliza a los jueces. La prensa fiscaliza a los

¹ En el conversatorio "Políticas públicas de comunicación y medios públicos" realizado en Ciespal, 23 de marzo de 2011.

² Citado por Eleazar Díaz Rangel. Aunque la afirmación ya tiene algunos años, creemos que todavía es muy vigente.



artistas. La prensa fiscaliza a los empresarios. La prensa fiscaliza a los políticos. La prensa fiscaliza a los jugadores de fútbol. La prensa fiscaliza a los policías de tráfico. La prensa fiscaliza a los sacerdotes y obispos. La prensa fiscaliza a los poderes públicos. La prensa fiscaliza al cine y al teatro. La prensa fiscaliza a los profesores. Lo único que la prensa no fiscaliza es a la propia prensa, ¿quién fiscaliza a la prensa? (HERRERA. 2011)

Efectivamente, ¿quién fiscaliza a la prensa?, ¿quién la controla? Hay diferentes respuestas a esta pregunta que se reducen a tres posibilidades que desde nuestro punto de vista son complementarias: 1. regulaciones desde el Estado, 2. autorregulación y 3. observatorios, veedurías o acciones ciudadanas.

La primera es necesaria siempre y cuando no rebase ciertos difusos límites que puede degenerar en censura, convertir a la regulación estatal en verdadera instancia inquisitorial.

La segunda, fundamental pero excepcional en Ecuador. Se viabiliza en los manuales de estilo, de buenas prácticas, códigos de ética, consejos de lectores, tribunales de prensa, consejos o comisiones de televisión, defensorías del lector inexistentes en la mayoría de medios o existentes en el plano de la retórica sin una real incidencia democratizadora de la información. En cuanto al Ombudsman o Defensor del Lector, excepto por la experiencia del diario Hoy, que data de mediados de los 90 que se mantiene hasta la actualidad, y una experiencia breve e inocua en el canal de TV Ecuavisa, ningún medio en el país ha tenido este fundamental espacio de autocrítica, incluyendo lamentablemente a los medios a cargo del Estado que deberían ser los primeros en dar la pauta.

La tercera posibilidad, importante porque implica participación social y tiende puentes entre comunicación y democracia para construir ciudadanía y fortalecer la libertad de expresión. Allí están las veedurías, observatorios, ligas de televidentes y otras acciones ciudadanas. Mientras en otros países estos espacios florecen y se fortalecen, en Ecuador han sido prácticamente inexistentes excepto por experiencias que han empezado a desarrollarse en los últimos años con un carácter propositivo y enmarcadas en una acción orientada a mejorar la práctica periodística, lo que implica diálogo constructivo con la contraparte para proponer y sensibilizarla hacia una labor que sea más consecuente con las demandas sociales.

Creemos que, frente al poder de los medios, la acción ciudadana (es decir, fuera e independiente de los medios y del Estado) a través de observatorios/veedurías es opción imprescindible pues de las otras dos señaladas,

especialmente de la autorregulación, aunque anhelamos que se fortalezca, actualmente no podemos esperar gran cosa: el *laissez faire, laissez passer* es la bandera de buena parte de los empresarios mediáticos³. Además, la crítica ciudadana ayuda a potenciar una nueva relación de las audiencias con los medios y es el contrapoder necesario al poder mediático, así como la oposición y la discrepancia es fundamental para la democracia, o la defensa del consumidor es el contrapeso imprescindible al poder del productor. Lo de los observatorios es, en definitiva, la respuesta ideal a la pregunta del Instituto Gutenberg sobre quién fiscaliza a la prensa.

Pero antes de abordar el tema de los observatorios, es importante desarrollar esa idea ya planteada de que estos construyen ciudadanía y fortalecen la libertad de expresión, el derecho a la información y a la comunicación. Además, los observatorios contribuyen a resaltar la importancia de la información de calidad para la democracia; la ampliación y democratización de la esfera pública; la participación ciudadana en la construcción de agendas públicas. En suma, los observatorios fortalecen una ciudadanía comunicativa.

La ciudadanía comunicativa

Uno de los principios fundamentales que articula las actividades y proyectos en la administración del CIESPAL es democratizar la comunicación para democratizar la sociedad. (CHECA. 2011) Esto significa que todos los sectores sociales tengan no solo conciencia sino, sobre todo, la posibilidad real de ejercer plenamente la comunicación como un derecho, de consolidar una ampliación y democratización de la "esfera pública" como condición indispensable para superar las exclusiones de todo orden y fortalecer la democracia. Como concepto vertebrador de este principio está el de ciudadanía comunicativa, según la definición dada por Jesús Martín-Barbero:

lo propio de la ciudadanía hoy es el hallarse asociada al "reconocimiento recíproco", esto es al derecho a informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa (...) en la desposesión del derecho a ser visto y oído, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como colectivo, en el de las mayorías como de las minorías. (MARTÍN-BARBERO citado por WINOCOUR. 2001: 96-97)

³ Cuando en Ecuador se empezó a discutir la necesidad de una ley de Comunicación, como se verá luego, estos empresarios la calificaron de "ley mordaza", aun antes de que se plantearan contenidos, y desataron una campaña en torno al planteamiento decimonónico de que "la mejor ley es la que no existe"

Por un lado, ver, oír, leer; es decir, acceder en tanto principio democrático a una pluralidad de voces, lo cual implica necesariamente una democratización de la oferta mediática. Pero no solo habrá que garantizar ese acceso, sino optimizarlo. Y aquí el desarrollo de procesos de educomunicación y el fomento de la lectura crítica son fundamentales.

El planteamiento de Martín-Barbero nos lleva a esa otra dimensión tan importante como infrecuente: ser visto, ser oído, ser leído; dimensión en la que habrá que poner mucho empeño pues implica, primero y principalmente, la democratización de la propiedad de los medios: medios privados, pero también y equitativamente comunitarios, ciudadanos, públicos. Es importante contribuir no a "dar voz a los que no tienen", pues todos la tienen, aunque la mayoría la tiene opacada, invisibilizada; sino a amplificar, difundir masivamente y democratizar la palabra.

Ejercer la crítica es un verdadero homenaje a la libertad de expresión, dado que esta debe ser considerada en su doble dimensión: como derecho de todos (no solo de los medios privados) y como obligación, la de asumir ese derecho con responsabilidad social, dando una información de calidad y ética: plural, equilibrada, verificada, contextualizada, sin censura previa, pero con responsabilidad ulterior. Si asumimos así la libertad de expresión, indefectiblemente debemos concluir que es inherente a ella el derecho ciudadano a verificar si se está dando una información con esas características y, caso contrario, a exigir la sustentadamente; el derecho a decirles públicamente a los medios de manera ecuaníme y firme qué nos parece mal, qué está bien, cómo queremos que sean, qué esperamos de ellos, etc. Además, no hay que olvidar que la información es un bien público, incluyendo la de los medios privados, que le pertenece a la sociedad, la cual tiene el derecho a exigir que ese bien sea de calidad.

Planteada así, la libertad de expresión es inseparable del derecho a la información, entendido no solo como el derecho que los ciudadanos tenemos a conocer transparentemente la información pública, de los organismos del Estado, sino también el derecho a recibir una información con las características señaladas, emitida con responsabilidad social, y el derecho a transmitir nuestra propia información, como lo señala la Constitución ecuatoriana de 2008⁴ y varios cuerpos

4. El derecho a la información está garantizado en el art. 18 de la Constitución ecuatoriana aprobada en 2008:

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Como se ve, hay un énfasis en la calidad de la información y en la responsabilidad con la que esta se debe difundir. Por su parte Ernesto Villanueva, a partir de la Declaración de los Derechos

legales internacionales. Incluso, nosotros planteamos que ese derecho implica la responsabilidad ética de que los medios transparenten su propia información: accionistas, nómina y salarios de periodistas, relaciones con otros sectores de la producción, impuestos pagados, ingresos por publicidad, tirajes y ratings reales, mecanismos de autorregulación, etc.).

En esta perspectiva, hacer crítica de medios permite concretar ese derecho a transmitir nuestra propia información de varias maneras, sobre todo generando la información necesaria y suscitando los debates a fin de que la sociedad tenga elementos de juicio para exigir medios y contenidos éticos y de calidad, en respuesta a lo que ella realmente necesita; consecuentemente se fortalece un espacio público de participación, debate e incidencia política y mediática que crea ciudadanía.

Los observatorios son importantes porque establecen una distancia necesaria entre el quehacer periodístico y una mirada crítica, fuera del vértigo del día a día de la sala de redacción que no siempre permite ver críticamente lo que se hace. Es una distancia que posibilita ver desde otro lugar, fuera del medio y de la lógica periodística pero de manera complementaria a lo que el propio medio hace al respecto. Así, la de un observatorio es una mirada que se suma, debe sumarse, a otras miradas: las de los propios medios (autorregulación) y las de las instancias estatales correspondientes (regulación). Este carácter complementario evita que sea LA MIRADA, la única válida. Como lo ha señalado Germán Rey:

Los observatorios son, entonces, experiencias que reconocen su visión parcial, pero sobre todo que se abren a confrontarse con otras miradas, interactúan con otras observaciones que a su vez provienen de diferentes 'lugares' dentro de la sociedad. Despojados de miradas cerradas, los observatorios existen por el juego de perspectivas. No se trata de una relativización de la mirada sino de la exigencia de complementariedad. Los observatorios eluden las visiones perfectas y asumen los límites de la propia observación.

En suma, los observatorios desde su perspectiva crítica contribuyen al mejoramiento de la práctica y calidad periodísticas, pero también al fortalecimiento de la libertad de expresión y de la democracia porque promueven participación informada, amplían la esfera pública; es decir, fortalecen una ciudadanía comunicativa lo cual, finalmente, conecta con el concepto englobante del derecho a la comunicación, entendido así: la información y los procesos de comunicación son

Humanos y otros cuerpos legales, destaca tres aspectos importantes de este derecho: a) el derecho a atraerse información, b) el derecho a informar, y c) el derecho a ser informado (pp. 399 – 407).

crecientemente importantes para mejorar la calidad de vida y para profundizar la democracia, siempre y cuando esos procesos sean inclusivos, plurales, horizontales, dialógicos; es decir, que promuevan una auténtica COMUNICACIÓN, de ida y vuelta, donde los individuos puedan expresarse, dialogar en igualdad de condiciones, ejercer con plenitud la comunicación como un derecho. Y esto implica que este derecho no es exclusivamente de periodistas, medios y comunicadores, sino de TODOS LOS CIUDADANOS.

El Observatorio de Medios del CIESPAL

En CIESPAL hemos creado, desde abril de 2009, el Observatorio de Medios cuyo objetivo estratégico es desarrollar el pensamiento crítico respecto de los mensajes mediáticos con el fin de avanzar hacia una relación más equitativa entre las audiencias y los medios, mejorar las competencias de los periodistas y comunicadores y aportar a la formación de los futuros profesionales en este campo y de diversos sectores ciudadanos, mediante la investigación, el desarrollo de metodologías, insumos pedagógicos, actividades y procesos de capacitación y asesoría en el ámbito de la comunicación y el periodismo, entendidas estas como actividades intelectuales de marcada influencia en el desarrollo democrático o no de las sociedades contemporáneas.

La acción del Observatorio se da desde una perspectiva constructiva, no estigmatizadora, y tiene tres características: es crítica y rigurosa, propositiva y pedagógica para los medios y para la ciudadanía, y completamente independiente de poderes políticos, económicos, empresariales, de anunciantes, etc. Con nuestra acción buscamos señalar los aciertos y errores para potenciar los primeros y proponer alternativas a los segundos, mucho mejor si esto se logra en una reflexión compartida con los periodistas y editores de medios. La nuestra es una "protesta con propuesta" como diría Rosa María Alfaro.

A partir de los análisis correspondientes, se busca generar espacios de reflexión para socializar los resultados y contribuir al enriquecimiento del ejercicio periodístico de los propios medios, a la optimización de otros procesos comunicacionales y a la educación de las audiencias en torno a sus consumos mediáticos. Por ello plateamos foros de discusión que concretan ese carácter participativo en la crítica, potencian el observatorio como espacio de formación académica y ciudadana para la investigación y la lectura crítica de la oferta mediática.

El Observatorio busca lograr un mejor periodismo y una mejor oferta mediática y contribuir a que los medios sean verdaderamente de **servicio público**; defiende

la libertad de expresión en su doble dimensión, como derecho pero ejercido con responsabilidad social y, por tanto, defiende el derecho a la información y a la comunicación. También busca contribuir al desarrollo de una **alfabetización mediática**, de una lectura crítica que, desde la ciudadanía, apunte procesos sociales para un consumo selectivo y, por ende, para un control ciudadano de los medios.

Periódico digital Mediaciones

Para difundir los análisis, informes de investigación, propuestas, reflexiones, estudios y artículos producidos por el Observatorio o por otras instituciones y personas del país o del extranjero y relacionados con el mundo mediático en sus diversas manifestaciones, hemos creado el periódico electrónico *Mediaciones* (www.ciespal.net/mediaciones). Priorizamos la palabra de los que no tienen espacios en los grandes medios y los trabajos de buen nivel de estudiantes y ciudadanos que se desarrollan en los talleres de lectura crítica que realizamos.

¿Por qué *Mediaciones*? Porque las mediaciones son las instancias y escenarios socioculturales en los cuales los públicos se apropian y otorgan sentidos a la oferta mediática, desde los más íntimos y personales, que constituyen el capital cultural de cada persona, hasta los más amplios y contextuales que configuran sus redes de relación, el tejido social en el que se desenvuelven. En suma, las mediaciones son esos escenarios socioculturales que forman una enciclopedia a través de la cual la gente enfrenta y entiende el mundo y las versiones mediáticas y de otro tipo que sobre él le llegan.

Gajes y avatares en medio de una polarización política

La situación actual del Ecuador, en cuanto al periodismo y a la comunicación, se caracteriza por una creciente polarización entre el poder político gubernamental y el poder mediático corporativo. Ha sido un proceso creciente de radicalización política, discursiva y emocional.

A diferencia de mandatarios anteriores, el actual se ha caracterizado por una personalidad carismática, un discurso arrollador que contrasta con el mediático en la interpretación de la realidad y una estrategia de comunicación bastante efectiva para sus propósitos y de fuerte competencia para el discurso e interés de los medios. Esa estrategia se ha ido concretando de varias maneras:

- Inclusión del concepto fundamental de la comunicación como un derecho en la Constitución



aprobada en el año 2008⁵. Además, uno de los mandatos constitucionales fue la conformación de una Comisión Auditora de Frecuencias que empezó a operar de inmediato y que luego de analizar las actividades de los últimos 13 años (1995-2008) del ex Consejo Nacional de Radio y TV (CONARTEL) estableció que alrededor del 33% de las concesiones otorgadas tenían al menos uno de 12 tipos de irregularidades que ameritaban que sean devueltas al Estado. Desde que la Comisión entregó el informe, en abril de 2009, hasta la fecha en que se finiquitan estas notas (agosto de 2011), no se ha hecho nada al respecto. Sin embargo, la difusión de los resultados preocupó grandemente a los dueños de los medios audiovisuales.

- La elaboración de la Ley de Comunicación como mandato constitucional preocupó al empresariado mediático partidario de la idea de que “la mejor ley es la que no existe”, por lo que se opuso tenazmente a lo que ya empezó a denominar sin razón alguna “ley mordaza”. Pese a que el mandato estableció octubre de 2009 como plazo para la promulgación de la ley, hasta la fecha no se la ha aprobado, y las sucesivas prórrogas lo que han conseguido es profundizar la tensión, radicalizar las posiciones, acentuar las emocionalidad y la irracionalidad de los discursos.
- Creación de medios públicos e incautación de varios medios a los banqueros Isaías que pasaron a cargo del Estado. Desde el gobierno se ha clasificado a estos medios en tres tipos: públicos, gubernamentales e incautados. Para el discurso emocional del sector privado este conglomerado de 19 medios constituye una especie de “monopolio estatal”.⁶ Y para muchos, la evidente falta de independencia de los llamados medios públicos ha contribuido aún más a esa polarización.
- Enlaces sabatinos que se difunden por los medios a cargo del Estado y que transmiten centenares de

5 En la “Sección Tercera. Comunicación e Información”, artículos 16 a 20, de esta Constitución se plantean algunos temas relacionados con la comunicación como un derecho. Entre otros que han producido bastante escocor a los empresarios mediáticos están: la caracterización de la comunicación como intercultural, diversa y participativa; la creación en igualdad de condiciones de medios públicos, privados y comunitarios; la prohibición de oligopolios o monopolios; la regulación de ciertos contenidos; etc.

6 Desde la oposición y algunos medios privados con frecuencia se afirma que el gobierno central posee la mayoría de medios; por ejemplo, César Ricaurte expresa que “la mitad de la pantalla ya es oficialista” (“Mordaza sin ley”, diario Hoy, 12/08/10). Un ejercicio de aritmética elemental, al margen de estereotipos y visceralidades, determina que esa “mayoría” o “casi monopolio” no son reales. Veamos, según la Supertel al 30 de julio de 2011 en el país existían 804 estaciones matrices de radio autorizadas, el gobierno central opera menos de una decena (alrededor del 1 %); hay 84 estaciones matrices de TV, el gobierno central dispone de 3 (cerca del 3.5%). Para la información estadística sobre la concesión de frecuencias, véase http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/estaciones_radiodifusion_television.pdf consultado el 9 de agosto de 2011.

radios. Este masivo espacio de comunicación, que le ha dado algunos réditos políticos potenciados por la comunicación cara a cara de los gabinetes presidenciales itinerantes, ha sido también cuestionado por la oposición entre otras cosas porque un segmento importante de este enlace Correa lo dedica a criticar a los medios, con un tono apasionado y a ratos insultante, lo cual suelen destacar los medios privados en detrimento del contenido de la crítica presidencial que con frecuencia es acertada y sustentada. A esto se suman las frecuentes cadenas de radio y TV que, amparadas por la ley, son utilizadas para la información gubernamental pero también para refutar versiones periodísticas, incluso insertándolas en mitad de ciertos noticieros televisivos o radiales.

- Sanciones, clausuras, juicios y demandas a medios y periodistas⁷ iniciados por el Presidente de la República o altos funcionarios del gobierno.
- Consulta popular, realizada el 7 de mayo de 2011, en la que se sometió a consideración de la ciudadanía 10 preguntas, dos de las cuales fueron relacionadas con la comunicación y que ha contribuido a acentuar la tensión. La tres preguntó si se debía prohibir que grupos financieros puedan poseer medios nacionales y a la inversa, y la nueve planteó la creación de un Consejo de Regulación que normara la difusión de ciertos contenidos.⁸

En este ambiente de posiciones radicalmente contrapuestas, todo lo que tenga que ver con el periodismo y la comunicación (opiniones, propuestas, iniciativas, acciones, etc.), es visto maniqueamente, desde la visceralidad y la emocionalidad reinantes: se ubica a los hechos y a los actores o como gobiernistas y enemigos de la “prensa libre e independiente” o de la oposición y “cómplices de la prensa corrupta”. En este contexto, la acción de nuestro observatorio ha sufrido algunos gajes y avatares que los reseñamos a continuación.

Hay una intolerancia y reacción visceral frecuente con respecto a la crítica a medios por la polarización señalada

7 La última planteada por Rafael Correa por injuria calumniosa contra Emilio Palacio, columnista del diario El Universo, y 3 de sus directivos logró una sentencia en primera instancia por 40 millones de dólares y 3 años de prisión.

8 Pregunta 3: “Con la finalidad de evitar conflicto de intereses, ¿está usted de acuerdo con prohibir que las instituciones del sistema financiero privado, así como las empresas de comunicación privadas de carácter nacional, sus directores y principales accionistas, sean dueños o tengan participación accionaria fuera del ámbito financiero o comunicacional, respectivamente, enmendando la Constitución.” Pregunta 9: “Con la finalidad de evitar los excesos en los medios de comunicación, ¿Está usted de acuerdo que se dicte una ley de comunicación que cree un Consejo de Regulación que norme la difusión de contenidos en la televisión, radio y publicaciones de prensa escrita, que contengan mensajes de violencia, explícitamente sexuales o discriminatorios; y que establezca los criterios de responsabilidad ulterior de los comunicadores o los medios emisores?”

pero también por el hecho de que en el Ecuador no ha habido una tradición de crítica a medios y de autocrítica. Por esto, la iniciativa de un observatorio de medios automáticamente es calificada de gobiernista, sobre la base del siguiente sofisma: si Rafael Correa critica a los medios porque es enemigo de la “prensa libre e independiente”⁹ y si usted también critica a los medios, no hay duda de que usted es correísta y también enemigo de la “prensa libre e independiente”.

Además, el hecho de desarrollar una lectura crítica, independiente y sin concesiones, de la oferta mediática ha provocado el resentimiento de algunos medios y periodistas que en respuesta silencian, minimizan o distorsionan la actividades del observatorio y de la institución en la que opera. En este sentido dos ejemplos.

Del 14 al 16 de julio de 2010 se realizó en CIESPAL el “Seminario internacional de estudios de recepción y audiencias”, al que asistieron alrededor de 30 importantes investigadores de América Latina; entre otros, Guillermo Orozco Gómez, Inmacolata Vasallo de Lopes, Nilda Jacks, Florence Saintout, etc. Ningún gran medio informó sobre el evento pese a que se les entregó información oportunamente, ninguno de los 6 grandes diarios nacionales, incluido El Telégrafo, de propiedad gubernamental. Lo mismo sucedió en la segunda quincena de marzo de 2011 cuando Armand y Michèlle Mattelart vinieron a desarrollar actividades académicas en CIESPAL, excepto con el diario El Comercio que publicó algo al respecto.

Nadie puede dudar de la importancia periodística de estos eventos y personajes, tal vez no para primera plana, pero sí para darle un cierto despliegue en la sección cultural acorde con la importancia de los temas y de los personajes. Desde luego, esto no es válido si de lo que se trata es de usar la información periodística para premiar o castigar: “si te portas bien te publico, caso contrario no te quejes”.

Al respecto, desde los medios que silencian o minimizan reiteradamente se escucha el argumento (ya ha pasado con Rafael Correa que con frecuencia se queja de que obras positivas de su gobierno no se publican o minimizan): “primero nos critican y luego nos piden que informemos sobre lo que hacen”. La pregunta es ¿dónde queda el derecho a conocer que tiene la ciudadanía? ¿dónde está el rigor periodístico que debe estar exento de subordinaciones de cualquier tipo? El periodismo no está para premiar o castigar, está para responder a ese derecho, para dar una información ética, plural, responsable y de calidad a la ciudadanía que tendrá interés en y a la que le va a beneficiar esa información.

9 Lo de prensa independiente no deja de ser una aporía (enunciado que contiene una inviabilidad racional). En este sentido es interesante el trabajo de Ariel Crespo presentado en la II Cumbre Mundial de Comunicación Política, celebrada en Quito, entre el 13 y 15 de abril de 2011.

Otra reacción, desde algunos medios y periodistas, es la descalificación, en algunos casos injuriosa, de los observatorios y sus responsables: “observatorios chimbos”, “plumíferos asalariados” que reciben billete del gobierno y “que adelantan el trabajo de la infamia”¹⁰, “intelectualoides”, “enemigos de la prensa libre e independiente”, con el argumento de que nuestra crítica es sesgada, gobiernista, que nos hemos convertido en “jueces y fiscales del periodismo”. Estas opiniones son el resultado del discurso emocional y maniqueo reinante que impide leer con claridad y ecuanimidad. Basta revisar los textos publicados en nuestro periódico digital Mediaciones para poner en evidencia que nuestra crítica es sustentada y ecuaníme, al margen del discurso emocional que prevalece, y que también está orientada a los medios del gobierno, incluso a veces con dureza, y con alguna frecuencia también destacamos los aciertos y las virtudes de los medios privados.¹¹

Otro cuestionamiento muy socorrido, y que produce una interesante paradoja, es el de que quienes hacemos crítica a medios es “gente que no ha pisado una p... sala de redacción en su vida”.¹² Aparte de los 3 puntos pudibundos (¿no habrá sido mejor poner “puta” en todo lo alto y con todas sus letras?), creemos que el problema no está en quién critica, sus antecedentes profesionales, sus características sexuales, étnicas, etc. Sino en cómo lo hace, lo que dice, el rigor que tiene, su

10 Basta citar la nota que bajo el titular “Observatorios Chimbos”, el diario La Hora publicó en la sección “Se dice...” (¿el chisme o rumor son noticia?), el 3 de febrero de 2011, este texto agresivo: “Los sabidos de la publicidad, para desprestigiar a los medios independientes, están formando con plumíferos asalariados, unos llamados observatorios de medios a fin de desprestigiarnos. Instituciones serias se negaron pese al billete, pero Ciespal adelanta el trabajo de la infamia y será difundido por los canales, portales y radios tanto del Gobierno como los que viven de su publicidad”. Pese a nuestras reiteradas exigencias de rectificación, los directivos de La Hora nunca dieron respuesta a este derecho constitucional, lo que recibimos a cambio fue un corto e mail de Francisco Vivanco, Presidente Nacional del diario, que en su parte final decía: “Sus recomendaciones de cómo deben hacer nuestros periodistas el trabajo guardeselas (sic) para usted y si algún día las requeriremos (sic), los contrataremos. Cualquier asunto adicional acuda a las instancias judiciales que desde ya están controladas por el gobierno.” Desde luego no contribuimos a su afán de victimizarse, para ganar réditos políticos y simbólicos y convertirse en un “mártir en la lucha por la libertad de expresión”.

11 Véase por ejemplo, en el primer caso, “¿Agencia Andes inició campaña de la consulta popular?” donde se cuestiona que esta agencia a cargo del Estado hace proselitismo en sus titulares, algo muy distanciado de lo que debe hacer un medio de comunicación, en este caso una agencia internacional de noticias (<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/648-iagencia-andes-inicio-propaganda-de-la-consulta-popular.html>). Y en el segundo caso, “Un periodismo para concurso”, artículo en el que destacamos la calidad de los textos presentados en un concurso de reportajes sobre biodiversidad que en nuestro criterio demuestran que en el país existen periodistas en medios privados que conocen el oficio y saben presentar una realidad con objetividad, sin apasionamientos y con un lenguaje que responde a un compromiso social (<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/analisis/424-un-periodismo-para-concurso.html>).

12 César Ricaurte, “Haití”, diario Hoy, 17 de enero de 2010, p. 11. Aunque no creemos necesario, cabe señalar que quienes somos responsables del Observatorio sí hemos pisado una sala de redacción.

grado de independencia (en relación al gobierno, grupos económicos o políticos, anunciantes, propietarios de medios, patronos, etc).

Y la paradoja se da porque se dice frecuentemente que el periodismo debe ser un discurso crítico del poder (enfaticamos que sí pero no reducido solo a una crítica al poder político, al gobierno de turno, sino también al poder económico, político no gubernamental e, incluso, al mismo poder mediático), debe ser un contrapoder. En este sentido está bien que el periodista critique al presidente de la República, a ministros de Estado, a futbolistas, boxeadores y divas de la tecnocumbia. Pero si aplicamos la lógica de la "puta sala de redacción", entonces deberíamos exigir que el periodista que hace esa crítica sea o haya sido presidente de la República, ministro de Estado, futbolista, boxeador o diva de la tecnocumbia. Sin considerar el hecho de que cualquier personaje cuya obra sea pública (ese es el caso de los periodistas) debe someterse "al escrutinio y debate público."¹³

De tal forma que aquello de que los periodistas tienen licencia para criticar, mientras nosotros las audiencias no, si no hemos sido o no somos periodistas, además de paradójico, este argumento pone en evidencia una suerte de arrogancia de quienes lo sostienen pues se consideran prácticamente intocables, como si los periodistas estuvieran exentos de sufrir una crítica. Además, debemos recordar que como lectores TODOS, no solo los medios y sus periodistas, tenemos el derecho a ejercer la crítica.

Un último cuestionamiento que vale considerar (no porque sea el último que recibamos sino porque es el último que tratamos en este texto) y que es evidencia de la visceralidad y arrogancia mencionadas es el rechazo a la crítica que hacemos porque proviene de la academia ("los intelectualoides") como si esta procedencia fuera suficiente para descalificar la crítica o quitarnos nuestra condición de ciudadanos, de lectores.¹⁴

En fin, son gajes y avatares inevitables en cualquier actividad, más aún si sus productos son públicos y cuestionan un poder tan fuerte como el mediático, desde el cual con frecuencia proviene una crítica emocional producida por

la intolerancia y la polarización que vivimos. Sintetizando nuestra fundamentación, para nosotros la crítica a los medios es sin duda una contribución a la defensa y el fortalecimiento de la libertad de expresión (en su doble dimensión: como derecho y obligación), del derecho a la información y a la comunicación, todo lo cual crea y fortalece la ciudadanía. Por ello en CIESPAL reivindicamos el derecho a la crítica a medios porque, como lo ha señalado A. Mattelart: "uno tiene los medios que se merece. Los ciudadanos estamos obligados a hacer algo para mejorarlos."¹⁵

Bibliografía

Alfaro, Rosa María. Observatorios de medios: avances, limitaciones y retos ¿Una nueva conciencia crítica o una ruta de cambio?

Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social y A.C.S Calandria, diciembre de 2005. Véase www.calandria.org

Checa Montúfar, Fernando. "Siglo XXI: hacia una nueva gestión del Ciespal" en **Meios de Comunicação e cidadania**. Sao Paulo: Editora Cultura Acadêmica (UNESP). 2011.

Crespo, Ariel. "Información, capitalismo y poder: la aporía de la 'prensa independiente'", ponencia presentada en la II Cumbre Mundial de Comunicación Política, celebrada en Quito, entre el 13 y 15 de abril de 2011.

Díaz Rangel, Eleazar. "El poder de los medios y el Ombudsman", **Chasqui #54**, junio de 1996, pp. 68-71.

Herrera Damas, Susana. "El porqué de los observatorios de medios latinoamericanos". **Revista Latina de Comunicación Social**, 61. 2006

Rey, Germán. "Ver desde la ciudadanía. Observatorios y Veedurías de Medios de Comunicación en América Latina", consultado el 26 de enero de 2011 <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/kolumbien/04198.pdf>

Serrano, Pascual. **El periodismo es noticia**. Quito: CIESPAL. 2011.

Villanueva, Ernesto (coord.). **Diccionario de derecho a la información**. Tomo I. Tercera edición corregida y aumentada. México: Editorial Jus. 2010.

Winocour, Rosalía. **Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio**. Barcelona: Gedisa, 2002.

¹³ Siguiendo con las paradojas, es interesante leer a César Ricaurte, periodista del diario Hoy y como vimos uno de los que sostiene que la crítica a medios solo es válida si viene de alguien que ha trabajado en ellos, señalar lo siguiente: "Un funcionario, un mandatario, un candidato, todos quienes pueden ser considerados 'figuras públicas' se han sometido voluntariamente al escrutinio y debate público". César Ricaurte, "Insoportables", Hoy, 15 de abril, 2011, p. A4. Pregunta: ¿acaso los periodistas, y su trabajo, no son "figuras públicas"?

¹⁴ "No sé si quienes pretenden hacer "observatorios" o "veedurías" (palabras de moda) de los medios deban autoproclamarse como gestores de una actitud analítica "para mejorar los medios y volverlos más democráticos". No sé. Ni pretendo saberlo. Ni me interesa. A mí que me critiquen los lectores". Rubén Darío Buitrón, 8 de septiembre de 2010 (<http://rubendariobuitron.wordpress.com/>).





Carpintería

Periodística: un acercamiento crítico a los medios

José Villamarín Carrascal

Ecuatoriano, comunicador y docente universitario, analista de medios del CIESPAL

Resumen

El autor expone cómo la sección de Carpintería Periodística del periódico digital Mediaciones del CIESPAL analiza los errores y aciertos de la prensa con la aplicación de los más universales estándares de calidad informativa: contrastación de fuentes, contextualización, verificación, exactitud y correcto manejo del lenguaje.

Palabras clave: Periodismo, lectura de medios, crítica de medios, calidad informativa.

Resumo

O autor descreve como a seção de Carpintaria do Jornal on-line de Jornalismo Mediação do CIESPAL analisa os sucessos e fracassos da imprensa com aplicação mais universal de normas de qualidade da informação: fontes de contraste, o contexto, use exatidão, verificação e uso correto da linguagem

Palavras-chave: Jornalismo, reprodução de mídia, crítica da mídia, informações de qualidade.

La técnica de contar, de escribir o de hacer una película es lo que Gabriel García Márquez llama carpintería. En el Observatorio de Medios del Centro Internacional de Estudios Superiores de la Comunicación para América Latina, CIESPAL, hemos tomado prestado este nombre para aplicarlo al ámbito de la crítica periodístico.

El Nobel de Literatura, con el término carpintería, se refiere a la narración de ficción.

La escritura de ficción es un acto hipnótico -dice-. Uno trata de hipnotizar al lector para que no piense sino en el cuento que tú le estas

contando y eso requiere una enorme cantidad de clavos, tornillos y bisagras para que no despierte. Eso es lo que llamo la carpintería, es decir es la técnica de contar, la técnica de escribir o la técnica de hacer una película.

Nosotros, con este término, nos referimos a la técnica de contar o de escribir, no ficción, sino una nota periodística, que requiere también de una enorme cantidad de clavos, tornillos y bisagras para que, como en el caso de la literatura de ficción, atrapen al lector, sí, pero sobre todo le den sustento, verosimilitud, rigurosidad, fortaleza a la información de actualidad.



La Carpintería Periodística, entonces, hace referencia a cómo está hecha la información diaria, a cómo está estructurado el titular, a la correspondencia indeleble entre título y contenido, a la existencia o no de un contexto que nos explique el hecho, a la necesidad de verificar para sustentar, a evidenciar si se quiere confundir a propósito hechos con opiniones para manipular soterradamente. En fin, está referida a definir si los clavos, tornillos y bisagras utilizadas en la producción de la nota periodística van a ayudar a desarrollar información de calidad que propicie en las audiencias la toma de decisiones libres y autónomas, o si son aditamentos que apuntan a la construcción de sudo piezas periodísticas cuyo fin no es la información, sino la propaganda, entendida esta como la búsqueda de adhesiones a una causa.

Este es, entre otros, el propósito del Observatorio de Medios de Ciespal, que viene funcionando desde marzo del 2009, apenas se posesionaron las nuevas autoridades de la Institución. Parte central de este Observatorio es el periódico *Mediaciones*, creado como un "espacio académico y ciudadano que ejerce el derecho a la crítica mediática". Ahí se difunden artículos, ponencias, informes de investigaciones, metodologías de investigación, resúmenes de las nuevas publicaciones de la Institución y, por supuesto, los análisis correspondientes a la Carpintería Periodística.

Tres fueron las características que consideramos privilegiar en nuestra crítica: que sea rigurosa, profesional y propositiva. Y una preocupación adicional muy importante: poner bajo nuestra lupa tanto a los medios privados como a los públicos y gubernamentales, pues siempre nos definimos como un espacio independiente de los poderes políticos, económicos y mediáticos, por lo que consideramos, y así lo venimos haciendo, que es necesario observar por igual a todos los medios que hacen periodismo, más allá de sus ideologías e intereses.

Esta actividad tiene dos fases: el monitoreo o búsqueda de la información que será objeto de estudio y el análisis de las piezas periodísticas en sí. Este trabajo se lo realiza de forma permanente, aunque no siempre con la frecuencia que desearíamos, por razones de carencia de personal.

El corpus de análisis lo constituyen básicamente los medios impresos más conocidos del país: *El Comercio*, *Hoy* y *La Hora*, de Quito; y *El Universo*, *Expreso* y *El Telégrafo*, de Guayaquil. Adicionalmente, se monitorea a medios virtuales como *elciudadano.com*, la agencia *Andes* (ambos gubernamentales), *ecuadorenvivo.com*, entre otros.

Los estándares de calidad informativa

¿Qué es exactamente lo que se monitorea u observa? Luiz Egyto (2004: 27) ¹, del Observatorio de Prensa de Brasil, da una pista sobre este tema: "el hecho de que la actividad periodística se encuentre asociada a un negocio no la desacredita ni la descalifica -dice-; pero en cambio la obliga a la observación atenta de algunas premisas esenciales".

Esas premisas, en el Observatorio de Medios de Ciespal, las llamamos estándares o indicadores de calidad informativa. Para llegar a esta definición, partimos de una premisa básica: todos los productos y servicios que se ofertan en el mercado tienen estándares de calidad. Estos son parámetros que le permiten tanto al productor como al consumidor tener un punto de referencia para saber, los primeros, qué van a ofertar, y, los segundos, qué van a adquirir. Desde un auto hasta una camiseta, desde una computadora hasta un par de zapatos, desde un reloj hasta un hotel tienen estándares de calidad. ¿Qué son, si no, las estrellas que orgullosamente ostenta y lo proclama un hotel? Son las que definen su categoría y se las otorga sobre la base de una serie de indicadores claramente establecidos.

La información, uno de los principales productos a la vez que servicios de un medio de comunicación ¿por qué no debe también estar sujeta a indicadores de calidad, máxime si tiene la categoría de moldeadora de la opinión pública?

Hemos identificado y sistematizado seis parámetros de calidad de la información periodística. Estos son: equilibrio y contrastación de fuentes, separación entre hechos y opiniones, verificación, exactitud, contextualización y rigurosidad idiomática.

Como se podrá colegir, estos no son ningún descubrimiento. Son inherentes a la práctica periodística diaria, que constan en la generalidad de manuales de estilo, en los manuales de buenas prácticas e incluso en los códigos de ética de prácticamente todos los medios de comunicación del mundo.

El aporte realizado por el Observatorio de Medios de Ciespal va por otro sentido: por un lado, la construcción de una teoría alrededor de estos indicadores de calidad que la eleva a la categoría de tales, y, por otro, la sistematización de dichos estándares para que se conviertan en uno de los referentes del buen periodismo.

La idea es que los beneficiarios de la propuesta sean al menos tres sectores sociales: los analistas, la ciudadanía y los propios periodistas. Los primeros porque dispondrán de una propuesta sistemática que enmarque su análisis

crítico; la ciudadanía, pues tendrá parámetros que les vuelva sujetos activos, productores de sentido con mayor conocimiento de causa; y los periodistas, que podrán disponer de una guía básica, elemental, para hacer un periodismo de calidad, ético y responsable.

Estos indicadores podrían ser también referentes para el trabajo de una defensoría de las audiencias, una asignatura pendiente en nuestros países.

Algunos presupuestos teóricos

La propuesta de la Carpintería Periodística parte de algunos presupuestos teóricos.

El primero se relaciona con la necesidad de identificar a quién le pertenece la información, punto de partida que justifica el trabajo de monitoreo y análisis de medios.

Partimos del hecho de que la información no le pertenece al poder, como se suponía en la época de la Monarquía Absoluta, cuando el control sobre todo lo existente estaba en manos del poder real. Tampoco le pertenece al dueño del medio de comunicación, por el solo hecho de ser el propietario del capital y de la empresa periodística, como se intentó hacer creer al inicio del sistema capitalista. Y tampoco le pertenece al periodista, por más que sea el propietario del capital intelectual y quien convierte los hechos en noticias. Desde 1948, la Declaración Universal de los Derechos Humanos reconoce a la información como un derecho de todos. Esto quiere decir que no es una dádiva de nadie: ni del poder, ni del medio de comunicación, ni del periodista, sino que le pertenece al público.

El medio de comunicación, entonces, es solo un mediador entre las fuentes, donde se genera la información, y las audiencias.

Ahora bien, ¿para qué sirve esa información mediada por los medios? "Hoy no se puede ser ciudadano sin estar informado adecuadamente, ni se pueden tomar decisiones, incluso las más cotidianas, sin unos mínimos elementos de análisis e interpretación", sostiene Germán Rey² (2004:16), reconocido periodista colombiano, quien nos ubica en la trascendencia de los medios de comunicación en la actualidad, en tanto instrumentos que han hegemonizado la información social.

Un periodismo éticamente concebido, donde el valor del respeto es el fundamental, propiciará que la información difundida sirva para que las audiencias se formen una *opinión libre y autónoma* sobre la realidad social y, sobre esa base, puedan tomar las *decisiones* más adecuadas que le permitan actuar sobre el entorno. Como dice Luis Egyto, una información que sirva para que las audiencias puedan "governarse a sí mismas".

¿Cómo hacer que las audiencias se puedan "governar a sí mismas"? Aquí cabe enlazar la propuesta de los estándares de calidad con otros presupuestos teóricos, como aquel de que el profesional del periodismo no reproduce, sino que produce realidades. Que trabaja solo con versiones de la realidad y no con la realidad misma, por lo que debe extremarse en buscar la más amplia cantidad de fuentes que le permitan al lector acercarse a esa tan ansiada verdad periodística. Que una de las principales virtudes del periodista es la humildad, para saberse no el dueño de la verdad, sino el que propicia que las audiencias vayan al encuentro con ella. Todo esto, que parece una utopía, es muy factible de conseguirse en buena parte con el solo cumplimiento de esos seis estándares de calidad informativa.

En resumen, si el periodista no es el dueño de la verdad, si no refleja sino crea realidades, si la información sirve para tomar decisiones sobre el entorno y si al público es a quien le pertenece la información, el público, la ciudadanía, está en todo su derecho de exigir que la información que le llega, sea ética, profesional y de calidad.

Los indicadores de calidad de la información periodística

Hemos identificado seis indicadores de calidad: equilibrio y contrastación de fuentes, separación entre información y opinión, contextualización, verificación, exactitud y rigurosidad idiomática.

Equilibrio y contrastación de fuentes. Si la característica de un periodismo ético y responsable es propiciar la toma de decisiones lo más adecuadas posible, lo ético es construir una nota con fuentes contrastadas y equilibradas. Pero el problema no es de cantidad, sino de calidad. No se trata de un equilibrio numérico sino de un similar peso específico en los contenidos de las declaraciones, para evitar que la balanza se incline a favor de una tesis u otra.

Un error frecuente es creer que es suficiente con dar a conocer las dos caras de la moneda. Es lo mínimo que se puede pedir, cierto es, pero cuando se trata de fuentes interesadas, no es suficiente, pues con esa base no se podrá tomar una decisión bien informada.

Ahora bien, no toda nota requiere contrastación de fuentes, como es el caso de las noticias factuales. Sí es imprescindible, en cambio, en aquellas que tienen un juicio de valor y que, por lo tanto, pueden afectar a alguien. No hacerlo es entrar en el campo de la propaganda, entendida esta como la búsqueda de adhesión a una causa.

Aquí entramos también en el tema de la parcialización. Si se da a conocer solo el un lado de la medalla, el periodista



está propendiendo a que el público tome una decisión parcializada. Y si es intencional, eso se llama manipulación, concebida como el ocultamiento intencional de una parte de la información para beneficiar los intereses de alguien.

Lo contrario de este estándar de calidad es el unifuentismo, que ha llevado a que al profesional que incurre en este error, se le conozca como periodista "corre-ve-y-dile" o una simple correa de transmisión, que hace cualquier cosa menos periodismo.

Veamos un par de casos de la prensa ecuatoriana.

Diario *La Hora* publicó una nota titulada *Consulta direccionada contra medios privados* (31/01/11). En ella, se echó mano de 7 fuentes: ¡todas ellas de la oposición! (De ahí el título de nuestro análisis: *Oposición 7, Oficialismo 0*). Obviamente, todos los entrevistados opinaban la Consulta Popular, en las preguntas atinentes al tema de la comunicación, tenían un sesgo en contra de los medios privados. ¿Qué decisión esperaba el diario que tomen sus lectores? Obvio: que voten No en la Consulta Popular. El medio asumió una actoría política.

En los denominados medios públicos las cosas no son diferentes. *El Telégrafo* (7/12/09), por ejemplo, destacó tres periodistas para que cubran una información sobre un enfrentamiento entre la policía Metropolitana y los vendedores ambulantes en Guayaquil. Los entrevistados fueron exclusivamente del sector de los vendedores ambulantes que lógicamente se victimizaron. ¿Cuál fue el sesgo? Que una de las cabezas visibles de la oposición al Gobierno Nacional era el Alcalde de Guayaquil. Al difundir solo la versión de los vendedores informales y hacer aparecer a la Policía Metropolitana -que pertenece a la alcaldía- como la agresora, se estaba desprestigiando al burgomaestre del Puerto Principal. Y eso implicaba favorecer la línea del Gobierno. Tres reporteros no fueron suficientes para equilibrar la información; más bien optaron por parcializarse a favor de uno de los sectores en pugna. El diario fue otro actor político en escena.

Separación entre información y opinión

Otra tendencia que se ha tornado ya en una malsana costumbre en algunos medios es el tratar de confundir opinión con información. Con esto se intenta lograr que un punto de vista, que es una verdad parcial (de quien opina), sea elevado a la categoría de hecho, es decir, de verdad total (con lo cual se torna indiscutible). La estrategia es simple: a una opinión se le quita la fuente y automáticamente esta pasa a convertirse en hecho.

El diario gubernamental *elciudadano.gov.ec* se ha convertido en especialista en esta estrategia. Veamos tres titulares que lo demuestran:

Dueños de casinos financian a sectores de la oposición para apoyar al NO (4/V/11).

Actuación de la cancillería ecuatoriana es extraordinaria (21/V/11).

Cada día más ecuatorianos creen en el proyecto de la Revolución Ciudadana (21/V/11).

La pretensión de que las audiencias apoyen al Gobierno Nacional es evidente en todos los casos. Y eso no es hacer periodismo, sino propaganda, entendida, como lo dijimos antes, como la búsqueda de adeptos a una causa. De estos casos encontramos por decenas tanto en medios públicos (que buscan adeptos a favor del Gobierno) como privados (que buscan adeptos en contra del Gobierno)

Contextualización

Un hecho se da a conocer para que la gente lo entienda. En este objetivo, de gran ayuda es el contexto, que se refiere a los antecedentes, las circunstancias o datos del entorno y las posibles consecuencias del hecho. En algunos casos, una o más de estas características son imprescindibles, de lo contrario, la nota no se entenderá o perderá todo interés.

Veamos este ejemplo. Diario *Expreso* (26/07/10) publicó una nota titulada *Los profesores de la U. de Guayaquil están divididos*, en referencia a la existencia de dos presidentes de la Asociación de Profesores de la Universidad Estatal. Dicho solo esto, nadie entiende qué mismo pasa en ese centro de estudios. ¿Por qué? Porque falta el contexto: la filiación política de los dos contendientes, el nivel de politización de la universidad pública, la permanente disputa por el poder entre diversas facciones políticas, la situación crítica por la que atraviesa en las universidades públicas del país el movimiento político que ha dominado en ellas desde hace un par de décadas. Sin ese entorno, todo parece reducirse a un hecho casual que se salió fuera de lo normal, pero que no tiene ni causas ni antecedentes ni nada que lo explique. Basado en esta nota, el lector no podrá tomar ninguna decisión, pues en realidad no sabe lo que sucede sobre el tema.

Verificación

"Si tu madre dice que te quiere, verifícalo". Esta sentencia, absolutamente desmedida para aplicarlo en nuestros hogares, es una metáfora de gran utilidad en el campo periodístico. Hay que dudar de todo, más aún de las fuentes oficiales y de las fuentes interesadas. Apresurarse a informar sin verificar la declaración es hacerle el juego a alguien que seguramente quiere defender intereses particulares. El periodista, en ese caso, se convierte en tonto útil. Aunque, en

no pocos casos, lo hace también conscientemente, porque coincide con los intereses de la fuente.

Algo de esto sucedió en la nota publicada por diario el Comercio (14/07/09) bajo el título *Informé a Correa sobre su hermano*. Aquí se dio a conocer la versión de Nilo Córdova, ex Gobernador de la provincia de Loja, quien semanas antes había sido despedido de dicha Gobernación y expulsado del partido de Gobierno. Él aseguró que alertó al presidente Correa sobre los negocios que habría tenido en Loja su hermano Fabricio. A más de caer en el unifuentismo, en esta nota no se verificó la información (más grave aún por tratarse de una fuente interesada), con lo cual se dio por hecho que esas declaraciones eran la verdad. La aspiración, obviamente, era que el lector creyera lo mismo y se parcialice en contra del Gobierno. Así, la ausencia de verificación y el unifuentismo llevaron al medio a asumir también una actoría política que no le corresponde.

La inexactitud

Podemos identificar dos formas de inexactitud de la información. Aquella que se refiere a datos, nombres o fechas imprecisas, pero que no tiene una intencionalidad de afectar a alguien. Y aquella otra que raya en la falsedad y que apunta a afectar la imagen de alguien.

Veamos un caso de las primeras.

Con ocasión del último feriado de Carnaval en Ecuador, los medios difundieron la siguiente información sobre el número de muertos:

Un carnaval sangriento: 30 muertos (Expreso, 9/III/11)

Feriado de carnaval dejó 16 muertos (La Hora, 9.III/11)

La Policía reportó 26 muertes violentas durante el feriado (El Comercio, 10/III/11).

Un ejemplo del segundo caso (donde se puede afectar a alguien) se dio en el diario *La Hora* (29/01/11), en la nota titulada *La publicidad oficial solo a medios públicos*. Aquí se da a entender que la publicidad televisiva gubernamental solo se pauta en los tres canales públicos, por ser afectos al Gobierno. Sin embargo, en el contenido de la nota se especifica que el 66 % de esa publicidad fue hacia los medios públicos y el 34 % hacia los privados. Como se podrá colegir, una aparentemente simple inexactitud en el titular le lleva al medio a sesgar la información, mediante una evidente manipulación de los datos.

Rigurosidad idiomática

El lenguaje es al periodista lo que el bisturí al cirujano: de su manejo adecuado y competente dependerán los buenos o malos resultados de su práctica profesional.

Es obvio, por lo tanto, el alto nivel de rigurosidad que el profesional de la comunicación debe tener en el manejo del idioma -lo cual no tiene que ver con los gazapos, errores no intencionales que no son de nuestro interés

Una de las principales falencias se da en la extensión de las frases y la consiguiente complejidad estructural, que lleva a que el mensaje no se entienda con claridad por parte del lector común y corriente. Y si el mensaje no quedó claro, las decisiones que se tomen a partir de él no serán precisamente las más adecuadas.

En diario *Hoy*, en la nota titulada *Texto de 'Ley mordaza' con ambigüedades*, el redactor se tomó a licencia de escribir una frase de 108 palabras, o sea ¡casi un metro de longitud! Sí, aunque parezca exagerado, una frase de casi un metro de largo. La pregunta es: ¿Y dónde estuvo el editor o el corrector de estilo?

Estos no son sino solo unos pocos ejemplos de los más de 220 casos de errores y aciertos que el Observatorio de Medios de CIESPAL ha encontrado en los medios escritos ecuatorianos (desde abril del 2009 hasta junio del 2011), en relación con el bueno o mal uso de los estándares de calidad informativa, y que se encuentran a disposición del público en nuestra periódico electrónico www.ciespal.net/mediaciones. Un monitoreo y análisis que no apunta a estigmatizar a los medios, sino que tiene más bien fines pedagógicos. Por un lado, que los medios se den cuenta de sus falencias y las puedan superar. Por otro, dar un primer paso en la alfabetización mediática de las audiencias, de manera y que estas puedan desarrollar una relación más equitativa con los medios. Y, finalmente, que los futuros periodistas se familiaricen con estos errores y no los cometan cuando ellos estén en los medios. 📰

Bibliografía

Egipto, Luiz. Demandas éticas y sociales. 2004

Rey, Gernán Demandas éticas y sociales: ¿qué le reclama el público a los medios y periodistas?, en La búsqueda de la calidad periodística y la transformación del periodismo profesional, FNPI, Cartagena. 2004.

El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) de Bolivia, por el ejercicio del Derecho a la Información y la Comunicación

Vania Sandoval Arenas

Docente universitaria e investigadora, integrante del ONADEM.

Resumen

Un recuento de los hallazgos luego de seis años de investigación y monitoreo de los medios de comunicación en Bolivia.

Palabras clave: *Observatorio medios, ONADEM, periodismo, estándares periodísticos*

Resumo

Uma conta dos resultados após seis anos de investigação e acompanhamento da mídia na Bolívia.

Palavras-chave: *Observatório da mídia, ONADEM, jornalismo, padrões jornalísticos.*

El ONADEM nació en diciembre de 2005 como una iniciativa de la Fundación UNIR Bolivia¹ con la responsabilidad de contribuir a elevar la calidad periodística en Bolivia, favoreciendo la transparencia y ampliación del régimen democrático participativo, así como el ejercicio pleno de los derechos ciudadanos a la información y la participación. Se constituyó bajo la

premisa de que la información periodística es una labor de servicio e interés público y de que el Derecho a la Información y Comunicación (DIC) es uno de los pilares de la democracia y la cultura de paz.

Al iniciar su trabajo, el ONADEM realizó un diagnóstico de la calidad informativa, y mostró los aciertos y también las deficiencias del periodismo boliviano en cuanto a pluralismo, ecuanimidad y otros estándares de calidad. En abril de 2009 presentó estas reflexiones en el libro **Medios a la Vista** (2009), en el cual mostró las tendencias en el trabajo periodístico de los medios informativos de

1. Hasta el año 2009 se cobijó bajo el convenio de UNIR con la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación (ABOCCS). El ONADEM fue un proyecto elaborado por Erick Torrico Villanueva el año 2004 que se consolidó el año 2006. En el presente año, se cuenta con 60 investigaciones sobre periodismo ligado a democracia, interculturalidad, género, cultura de paz. Ver: www.unirbolivia.org



alcance masivo, así como los factores del contexto que influyen en la producción noticiosa, como por ejemplo las agresiones a periodistas o sus condiciones laborales, entre otros. La segunda versión de **Medios a la Vista**, publicada a finales del 2011, incluye los estudios y documentos elaborados entre enero de 2009 y julio de 2011, actualizó los análisis anteriores e incorporó nuevos temas requeridos por la coyuntura.

El contexto derivado de la aprobación de la Constitución Política del Estado en febrero 2009, que incorpora al DIC en el ordenamiento legal, a la vez que consolida un nuevo proyecto comunicacional desde el Estado, evidenció la necesidad de ampliar las líneas de trabajo del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) hacia análisis concretos de la normativa que se propuso desde las instancias gubernamentales, manteniendo a la vez entre sus prioridades el estudio de los factores que inciden en la calidad informativa.

Desde finales de 2009 se impulsó el posicionamiento del Derecho a la Información y la Comunicación con sus libertades y responsabilidades, inicialmente entre los públicos priorizados por el ONADEM (periodistas y líderes sociales), así como vigilar el cumplimiento de sus principios en las nuevas normativas relacionadas con el ámbito informativo-comunicacional.

La importancia del DIC radica en que se postula como un derecho constitutivo del nuevo concepto de democracia, que exige la existencia de debate público en todos los temas de interés ciudadano, defiende los principios de pluralismo e inclusión y define a la información periodística como bien público necesario para participar en la vida social y política.

En tal sentido, desde el ONADEM, una vez elaborado y precisado el marco conceptual de este nuevo derecho, en concordancia con la realidad boliviana, se produjeron documentos sobre los principios y las libertades que comprende, además de pronunciamientos públicos analíticos cuando las nuevas leyes proyectadas o aprobadas vulneraron los fundamentos de este derecho. El documento *"Información y Comunicación, Derechos de Todas las Personas"*, elaborado por Erick Torrico –gestor y director del ONADEM– sirvió de base para iniciar el debate en torno al DIC.

Si bien la ciudadanía no termina aún de identificar ni conceptualizar al DIC por estar inserto en la Constitución Política del Estado recién hace algo más de dos años y ser poco conocido como derecho exigible, sí puede hacer una evaluación respecto a la información periodística que recibe, así como sobre la información que le brindan las autoridades gubernamentales. Los resultados del trabajo de investigación cualitativa *"Agenda Ciudadana 2010 - Información y Comunicación,*

derechos de todas las personas" muestran la opinión de la ciudadanía en torno al periodismo así como a la información emitida por las instituciones de servicios públicos y las distintas reparticiones del gobierno, evidenciando que sectores sociales marginados de la agenda mediática critican los productos del trabajo periodístico que reciben y están disconformes con la calidad y cantidad de la información brindada por los organismos públicos.

En un contexto de cambios políticos dentro de un nuevo proyecto de Estado, el ONADEM pudo constatar que el esquema de producción noticiosa utilizado por los medios masivos —incluyendo los medios oficiales—, en términos generales y salvaguardando excepciones, dificulta el cumplimiento de los estándares de calidad del periodismo, consignados en los propios códigos de ética de las organizaciones del gremio.

El gobierno encabezado por Evo Morales reconfiguró el escenario mediático en el país con la creación y/o fortalecimiento de medios financiados por el Estado, que adoptaron una línea periodística muy cercana a la promoción de actividades gubernamentales como eje. Estos medios, fortalecidos bajo el discurso de que los medios privados tienen un sesgo desfavorable al Órgano Ejecutivo, replican el esquema de producción informativa usado por las redes privadas —con los mencionados problemas de calidad—, además de que tienden a alimentar el discurso político polarizado y priorizan la información a los actores políticos gubernamentales y mezclan opinión con información en situaciones de conflicto.

Por otro lado, los productos periodísticos analizados en el periodo señalado, como tendencia general, otorgaron una presencia significativamente menor a las mujeres como fuentes informativas, así como a grupos minoritarios y a ciudadanos que produjeron noticias fuera de las ciudades del mal llamado "eje central". Las noticias estudiadas transmitieron en cierta medida prejuicios y estigmatizaciones respecto a personas en circunstancias de conflicto en escalada o con violencia, situación digna de mención considerando que el contexto lingüístico conformado también por los sustantivos y adjetivos con las que se nombra a los actores políticos influye en la construcción de sentidos.

La información periodística como insumo para el ejercicio ciudadano continuó guiando la línea de trabajo del ONADEM. En esa perspectiva, se analizó el tratamiento informativo de las redes de radio, televisión y prensa en relación a procesos electorales efectuados en 2009 y 2010, con una metodología similar a la utilizada desde el 2006 hasta el 2008 para analizar la información periodística en torno a la Asamblea Constituyente que sentó las bases de la nueva Constitución.



La exposición y el análisis de las propuestas de gobierno, la presentación de las demandas ciudadanas y otros temas que podrían haber configurado una agenda mediática propia superando la agenda política fueron relegados en las noticias sobre elecciones. La investigación "Elecciones 2009, Campañas vs. Propuestas" afirma justamente que se priorizó las primeras en detrimento de las segundas². Además, se convirtió la información en espectáculo, como lo ejemplifica el siguiente análisis referido a las elecciones locales realizadas el 2010: "(...) la información que la televisión y los diarios proporcionaron sobre las elecciones del 4 de abril estuvo marcada por una 'victoria del apresuramiento' en la cual el periodismo pasó a segundo plano frente al espectáculo, las estadísticas diversas y los recursos gráficos o los efectos especiales. Pero también se distinguió por la interpretación genérica y más bien superficial de un proceso electoral que sentaba las bases para materializar una organización estatal sustancialmente distinta, en razón de las autonomías, de la establecida por la Constitución Política hasta febrero de 2009.". Estas coberturas electorales que minimizaron las propuestas y priorizaron el espectáculo en la presentación de resultados, no contribuyeron a un debate cualificado sobre lo que se estaba jugando en dichas elecciones, de vital importancia para comprender la reconfiguración del sistema político.

La simplificación del debate político, mediante una cobertura en concordancia con las líneas propositivas planteadas por los actores políticos, se evidenció también en otros trabajos, como en el monitoreo "La autonomía departamental con carga positiva", referido al tratamiento informativo del proceso de aprobación de la Ley de Autonomías "Andrés Ibáñez"³. Éste, en la misma línea que los trabajos sobre elecciones, mostró que el núcleo de la cobertura fueron las declaraciones de actores legitimados. El andamiaje discursivo con el cual fueron tratadas las noticias sobre autonomías departamentales e indígenas, así como la identificación automática de las primeras con desarrollo y democracia sin considerar la complejidad del tema y las connotaciones posibles, no llevó un agregado propio desde el escenario mediático.

Un tema sensible dentro de este contexto tiene que ver con las agresiones a periodistas, que se incrementaron el año 2011 y que permanecen en la impunidad. La normativa en actual vigencia no protege efectivamente a los periodistas de las agresiones recibidas en coberturas informativas como tampoco de las condiciones laborales precarias. Los riesgos del trabajo periodístico en Bolivia,

2. La investigación, un producto del Equipo ONADEM, demuestra que las propuestas programáticas representaron sólo el 5% de las noticias en prensa, el 2% en telenoticieros y el 1% en radionoticieros sobre la cobertura electoral. Un resumen de esta investigación se publicó en la revista *Parte y Contraparte*, Año 1, Número 3, mayo 2010. ONADEM-Fundación UNIR Bolivia. Pp 6 y 7

3. Esta Ley se aprobó en julio del 2010.

lejos de resolverse, siguen vigentes, con el agravante de que los agresores permanecen en la impunidad en la gran mayoría de los casos. Como ejemplo, se ha registrado que durante el primer semestre del año 2011 se incrementaron las agresiones a periodistas respecto al año anterior. El informe integrado de publicación anual producido por el ONADEM da cuenta de esta realidad.

Cruzando la acera hacia los receptores, se encontró que sectores sociales demandan participación en la agenda mediática relativa a procesos electorales, situación que quedó reflejada en la "Agenda Ciudadana Elecciones 2009", investigación cualitativa realizada con grupos de la sociedad relegados del debate mediático y con periodistas de 10 ciudades. Los resultados de dicha investigación consignan que se pidió a trabajadores de la prensa y dueños de medios mayor profundidad en la información y atención a las demandas ciudadanas en cuanto a cobertura y no sólo a los requerimientos informativos de los candidatos y partidos. La retroalimentación entre audiencias y medios de comunicación es una tarea pendiente en Bolivia, pese a existir algunos avances.

El nuevo contexto mediático mencionado líneas arriba mostró también la necesidad de conocer "los otros" productos periodísticos más allá de las grandes redes, considerando que la CPE vigente desde el año 2009 declara a Bolivia como Estado plurinacional. Dentro de la línea de interculturalidad seguida por la Fundación UNIR, se comenzó a indagar las características del periodismo en idiomas nativos, producido y difundido en Cochabamba (quechua) y en La Paz y El Alto (aymara). Los trabajos "En busca de una agenda informativa del mundo quechua" y "Se habla, pero no se lee aymara", insertos en la tercera parte de este libro, muestran que el periodismo en idiomas nativos ocupa un lugar marginal en los medios masivos de las ciudades nombradas, con una difusión en radio y televisión fuera de los horarios "estelares" y una presencia mínima en prensa. Las dos investigaciones establecen que existe un reducido número de medios radiofónicos, televisivos e impresos con contenidos informativos en aymara y quechua, además de que los productos periodísticos en dichos idiomas son "bilingües", dado que las fuentes en su mayoría hablan español. Se comprobó que aún falta mucho para que el Estado plurinacional se encarne en los medios como en el sistema educativo y en las propias instituciones públicas.

DIC, periodismo y cultura de paz

Incorporando a esta reflexión los hallazgos de los trabajos realizados por el ONADEM (2009: 43-135) a lo largo de cinco años en relación a periodismo y ejercicio democrático, se puede decir que muchas noticias y buen número de editoriales, en temas como elecciones, conflictos con medidas de presión en temas sensibles

entre regiones, informaciones sobre violencia simbólica o física, no contribuyeron a tender puentes entre los actores confrontados, presentando al "otro" como antagonista portador de todos los valores antidemocráticos y, por lo tanto, como un actor "ilegítimo" que estaría descalificado y no sería válido para establecer una relación democrática entre adversarios políticos. El discurso maniqueo (A versus B) no permite visibilizar a otros actores involucrados en el conflicto. Como decía Johan Galtung (2006), hay medios que se dedican a fomentar el maniqueísmo en la representación noticiosa de los hechos.

En las noticias relacionadas a conflictos violentos, en muchos casos se territorializa a los actores: según el lugar donde vivan —campo o ciudad— se les asigna un "bando político". También se califica la posición política de los actores de acuerdo con su supuesta pertenencia étnica. En Bolivia se cubrió con ese enfoque buen número de noticias sobre los hechos violentos en Sucre el 24 de mayo del 2008 (2009: 121).

Así se muestra que, salvo excepciones, los enunciados usados por el periodismo para presentar las informaciones y las opiniones editoriales sobre conflictos políticos en muchos casos contribuyen a la clasificación forzosa de actores dentro de uno de los bandos políticos polarizados y a la pugna permanente por la reducción de las ideas fuerza en el campo político a solamente dos, excluyentes entre sí. Los discursos se construyen en base a la apropiación de todos los valores democráticos para sí y a la deslegitimación de los otros actores, reducidos a uno sólo: "el otro". Ejemplos y medios que se alinearon a estos manejos discursivos se encuentran detallados en los trabajos de investigación del ONADEM.

La calidad de la información está inserta en un periodismo para la cultura de paz, no sólo en la línea de evitar la violencia, sino en la de promover una ciudadanía informada para la profundización del debate público. Aunque no haya violencia, no habrá debate público suficiente para entender la compleja realidad boliviana. Y la construcción de un periodismo de paz, que despolarice y presente en el abordaje periodístico la complejidad, así como promueva la discusión pública de los temas de interés común, es una tarea de largo aliento.

De acuerdo con la línea de trabajo del ONADEM (en correspondencia con teóricos que trabajan el tema, como Pierre Bourdieu), los medios son a la vez escenario y actores de la política, porque inciden en el campo político.

A la vez, y no por casualidad, los estándares de calidad periodística presentes en los códigos de ética internacionales y nacionales establecidos por los propios gremios del sector, están estrechamente relacionados con los valores promovidos por el periodismo para la paz.

Se trata de promover una cobertura de conflictos que contribuya a la transformación de los mismos, mostrando al conflicto como una oportunidad, en la que el periodismo puede ser un motor para avanzar hacia los valores de la cultura de paz y contribuir a evitar una escalada del conflicto con la consiguiente presencia de violencia:

El periodismo de paz procura la despolarización de las partes mostrando el blanco y negro de todos los bandos, y des-escalando (la polarización) mediante un énfasis tan fuerte en la paz y resolución del conflicto, como (se hace) en la violencia. El éxito que se conseguirá está todavía por verse. Pero cambiar el discurso mediante el cual un algo determinado es pensado, hablado o actuado, es una aproximación muy poderosa. (Galtung, 2006: 24)

Al ser la democracia una forma de gobierno que requiere presencia y participación de mayoría y minorías, y ser idealmente un sistema que permite el debate público y la transparencia de la deliberación de los temas de interés colectivo, requiere unos medios de periodísticos plurales, que reflejen las diferentes ideas y propuestas políticas, económicas y sociales, que pugnan por recibir el mayor consenso posible para efectivizarse como políticas públicas.

El DIC, entonces, incluye el periodismo, pero va más allá al ser constitutivo del orden democrático. La información pública, estructurante de la democracia, juega un rol fundamental en la construcción de una cultura de paz en que sean posibles debates plurales e inclusivos sobre todos los temas de interés común, que hacen a la convivencia social y política. 🌐

Bibliografía

_____. Fundación UNIR Bolivia y Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación ABOCCS.

Medios a la Vista. Informe sobre el periodismo en Bolivia 2005/2008. La Paz: ONADEM. 2009.

Galtung, Johan; Lynch, Jake y Mc. Goldrick; Annabel Montiel. Reporteando Conflictos: Una introducción al periodismo de paz. México: Soriano editores. 2006.



De lo internacional a lo mundial: memoria de una trayectoria contradictoria

Armand Mattelart
Comunicólogo europeo

Resumen

Ponencia de Armand Mattelart en Quito acerca de la globalización, la comunicación y el proceso de esta última en los escenarios político-sociales y cómo las propuestas de ciudadanía y democratización de la comunicación son opciones válidas para una salida a la hegemonía de los medios y las comunicaciones transnacionales.

Palabras clave: Medios, comunicación, sociedad de la información, hegemonía, comunicación alterna.

Resumo

Palestra de Armand Mattelart, em Quito sobre a comunicação, globalização e do processo de este último em cenários sócio-político e como as propostas se tornem cidadãos ea democratização da comunicação são opções válidas para uma solução para a hegemonia da mídia e transnacionais comunicações.

Palavras-chave: Mídia, comunicação, sociedade da informação, a hegemonia, comunicação alternativa.

Desde hace algunos años se están perfilando en las ciencias sociales tentativas para recuperar la mirada histórica. Esta tendencia de fondo trasciende las fronteras disciplinarias y abarca, según grados diferentes, a realidades geo-culturales muy diversas. El deseo de historia traduce, de alguna manera, una especie de revancha después de más de dos decenios marcados por las desregulaciones institucionales y conceptuales que han contribuido a naturalizar el culto al presente. Es así como en las ciencias de la comunicación se está abriendo la posibilidad de un campo de interrogaciones sobre la genealogía, no solo de los sistemas de comunicación e información sino de las herramientas conceptuales para analizarlos. Se redescubren las condiciones socio-

históricas en que se producen, las configuraciones de actores y las articulaciones que se dan entre la construcción de conocimiento y la práctica política.

Como hace más de dos decenios trato de cruzar la crítica de la economía política, la geopolítica y la historia, lo que me propongo en esta conferencia es situar algunos hitos de la constitución problemática en objeto de conocimiento de la(s) dimensión(es) internacional(es) o supranacional(es) de los procesos de comunicación. La elección de ese tema me pareció tanto más pertinente que la invitación a dictar una conferencia procedente del CIESPAL, una institución cuya misión pionera fue, precisamente, la de privilegiar dichas dimensiones.



La institucionalización de un campo de estudios

No es sino hasta fines de 1952 y en los Estados Unidos, bajo la instigación de Paul Lazarsfeld, que un campo de investigación específico sobre la “comunicación internacional” se institucionaliza en el organigrama de la sociología de los medios y de los estudios sobre la opinión pública.¹

La guerra de Corea (julio 1950-julio 1953), momento clave en el conflicto bipolar, está por concluir. El contexto está a la demanda de investigaciones administrativas. De allí el peso de los estudios de la propaganda o guerra psicológica y las radios gubernamentales de alcance internacional. En los años 60, a pedido del complejo militar-industrial, se asiste al auge de los programas de estudios sobre la contra-insurrección, sobre las condiciones culturales, económicas y políticas del “comportamiento insurreccional”, así como las estrategias de comunicación frente a situaciones de insurrección. En los años 70, son las investigaciones en vistas a asentar la doctrina del *free flow of information*, leitmotiv de la diplomacia del departamento de Estado. Un investigador como Ithiel de Sola Pool, del Massachusetts Institute of Technology (MIT), es a la vez un defensor precoz de esta doctrina y a la vez quien supervisa las investigaciones solicitadas a los científicos sociales por el Pentágono. Lo que da organicidad al conjunto de estos estudios es que tienen como trasfondo la doctrina de la seguridad nacional y la forma de Estado que condiciona, así como un tipo de adversario: el enemigo interior. Desde ese ángulo, se puede también considerar las estrategias difusionistas de desarrollo, inspiradas por la idea de modernización-*westernization* como otra vertiente de esta visión geopolítica subyacente al proyecto de orden internacional, ya que su objetivo confesado es impedir a toda costa que el “subdesarrollo” y los grandes desequilibrios mundiales le abran el paso al “enemigo global”, el comunismo mundial.

Daniel Lerner, precursor de la asimilación modernización-*westernization*, trabaja conjuntamente sobre el impacto de las radios internacionales en las audiencias de varios países del Oriente Próximo y sobre las estrategias de construcción de la nación (*Nation Building*) por los militares, la categoría oficialmente estimada como la más apta para impulsar la transición de la “sociedad tradicional a la sociedad moderna”.²

Contra poniéndose a esta visión hegemónica se van gestando, a partir de los años 60, problemáticas críticas de los procesos de internacionalización. Tres focos

1. Lazarsfeld Paul, “The Prognosis for International Communication Research”, *Public Opinion Quarterly*, 1952, vol. 16, pp. 481-90.
2. Lerner Daniel, *The Passing of Traditional Society. Modernizing the Middle East*, New York, Free Press, 1958. Lerner D. y Richardson R., “Swords and Ploughshares : The Turkish Army as Modernizing Force”, *World Politics*, 13, octubre 1960, p. 19-44.

contribuyen a esta construcción a partir de contextos de producción intelectual muy diversos. No obstante, lo que vincula esos tres focos es una visión crítica que piensa la comunicación y la cultura a partir de sus condiciones histórico-materiales. Lo que Raymond Williams, situado en la intersección de los estudios culturales y de la economía política crítica de la comunicación y de la cultura, llamara el “materialismo cultural”.

1. Desde el interior de los Estados Unidos, en plena guerra de Vietnam, empiezan a echarse las bases de la economía política crítica de la comunicación y de la cultura. Es emblemático que las primeras investigaciones enfoquen las relaciones de las industrias de la comunicación con el complejo industrial-militar, y las siguientes traten de construir una visión no media-céntrica del llamado “imperialismo cultural” como hecho de estructura.³ Con muchas variantes, es indudable que la noción de imperialismo cultural cristalizara las resistencias al sistema de relaciones marcadas por el intercambio desigual. A través de esta noción se tenderá un puente entre los investigadores críticos de América Latina y de América del Norte.

2. En América Latina, la crítica del modelo difusionista de comunicación emerge desde fuentes múltiples. La crítica a las políticas de reforma agraria, de planificación familiar y de educación propuestas en el marco de la Alianza para el Progreso dinamita la filosofía de desarrollo/modernización. La teoría de la dependencia enjuicia la concepción de la historia que subyace en la visión de la trayectoria del modo de producción y de acumulación del capitalismo como sucesión lineal de etapas canónicas (hasta llegar a la sociedad de la modernidad y del consumismo). Desde sus inicios, la preocupación por la dimensión internacional es por no disociar el análisis de las estructuras nacionales y supranacionales de poder, el de los procesos ideológicos, la elaboración de una pedagogía del oprimido enraizada en la ruptura entre el que sabe y el que supuestamente no sabe. La

3. El profesor de la universidad de California Herbert Schiller definía el imperialismo cultural como “conjunto de procesos mediante los cuales una sociedad se introduce en el seno del sistema mundial moderno y la forma en que su clase dirigente llega, gracias a la fascinación, la presión, la fuerza o la corrupción, a modelar las instituciones sociales para que se correspondan con los valores y las estructuras del centro dominante del sistema, o a convertirse en su promotor” (in *Communication and Cultural Domination*, Nueva York, Sharpe, 1976). Un cuarto de siglo después, Pierre Bourdieu et Loïc Wacquant hablarán, ellos, del “imperialismo cultural” como la imposición de un punto de vista sobre el mundo entero, que “al igual que las dominaciones de género y etnia, es una violencia simbólica que se apoya en una relación de comunicación obligada para arrancar la sumisión, y cuya particularidad consiste aquí en que universaliza los particularismos vinculados a una experiencia histórica singular, al conseguir que se les ignore como tales y se les reconozca como universales” in Bourdieu Pierre y Wacquant Loïc, “La nouvelle vulgate planétaire”, *Le Monde diplomatique*, marzo de 2000.

aparición del paradigma del “imperialismo cultural”, al que luego muchos caricaturizaron y dejaron reducido a una metáfora para, de esta manera, legitimar con más facilidad su propio tópico del globalismo acrítico y desvirtuar la idea de que se estaba entrando en una nueva fase histórica -la del capitalismo mundial integrado-, vivía en simbiosis con la reflexión sobre la comunicación en su relación con la democracia participativa.

Para la inclusión precoz de la perspectiva internacional en la agenda latinoamericana hay varias explicaciones. No solo está la madurez de los sistemas de comunicación en esta región del llamado tercer mundo, y la más expuesta a los flujos desde el polo hegemónico, sino también la concienciación precoz de la centralidad del orden internacional de la comunicación. En la formación de esa conciencia política jugaron acontecimientos trascendentales como la Revolución Cubana y su apertura al tema de las resistencias desde la cultura, la desinformación practicada por las grandes agencias UPI y AP durante la expedición de los Marines a la República Dominicana en 1965, o la experiencia de los tres años del gobierno popular (1970-73) en Chile confrontado a las estrategias de destabilización de parte de los medios locales en connivencia con las grandes agencias de prensa, la Sociedad Americana de Prensa (SIP) y las agencias de los servicios de inteligencia de los Estados Unidos. Una experiencia que motivó, más allá de las fronteras de Chile, una verdadera toma de conciencia de la dimensión global del sistema transnacional de comunicación. Una experiencia que significó un hito en la percepción pública del fenómeno sistémico de relaciones comunicacionales desiguales.

Desde los años 60, el léxico multinacional, acuñado por esas mismas firmas en los años 60, daba a entender que las grandes unidades económicas compatibilizaban las nacionalidades y subordinaban sus propios intereses a los de los países en que se implantaban. De ahora adelante, se cambiará la expresión “multinacional” por la de “transnacional”. La creación en la capital mexicana del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) por parte de exiliados chilenos, en el que han trabajado numerosos exiliados de la diáspora latinoamericana es, de alguna manera, el fruto de esta toma de conciencia.

El semillero de ideas y de propuestas que se gestó en América Latina inspiró, aunque solo parcialmente, el informe de la Comisión McBride sobre los problemas de comunicación. Un informe que cambió la visión del lugar que ocupan la información, la comunicación y la cultura en el ordenamiento de las relaciones entre los Estados, los pueblos y las naciones. Este primer documento emitido desde una institución internacional representativa proyecta la información, la cultura y la comunicación en

la esfera geopolítica. Introduce la cuestión del poder y de las hegemonías, al demostrar que el intercambio desigual es un proceso tangible, mensurable. Proporciona un principio de entendimiento de un debate, hasta entonces fragmentado, sobre la necesidad de una regulación democrática de los dispositivos de la comunicación, mediante políticas públicas acordes con los derechos a la comunicación como materialización de los derechos humanos.

3. Tercer polo de la formación de una teoría sobre la internacionalización, la Unión Europea -en especial Inglaterra, Francia, Italia, en los años 70- y Canadá. Un índice importante de la construcción europea de una economía política crítica es la creación en Londres de la revista *Media, Culture & Society* en 1979. Durante esa década, los sistemas televisuales de esos países se vieron obligados, a su vez, a replantearse su margen de maniobra frente a las lógicas de internacionalización. Las políticas culturales tradicionalmente aplicadas por el Estado, que se dirigen a públicos restringidos, sufren la competencia de los productos y formatos con vocación transnacional destinados a un público de masas. El concepto “industrias culturales” hace su aparición en los ámbitos de la investigación anclada en la economía política crítica de la comunicación y de la cultura (y, al mismo tiempo, impregna las nomenclaturas de las estadísticas de los gobiernos y en la propia Unesco).

En los años 80, la teoría sobre las industrias culturales era indisociable de la formalización de la doctrina de la “excepción o exención cultural”. La idea era que se debía excluir de las lógicas del mercado los “productos de la mente”, y reconocer plena legitimidad a las políticas públicas nacionales y regionales de apoyo a las industrias culturales, y más especialmente la producción cinematográfica. Otra fuente de formalización de la economía política en ese tercer polo fue la crítica al tecno-determinismo, que motivaba a los gobiernos de los grandes países industriales a promover las estrategias de informatización de la sociedad, como salida a la crisis del modo de crecimiento económico y de la construcción política del consenso.

Lo que ha tejido un hilo conductor entre estas tres formaciones culturales y científicas durante estos decenios es la ruptura, por un lado con la sociología funcionalista y su mirada instrumental de los medios y del receptor, su propensión a dejar los medios fuera de la estructura, su propensión a silenciar las determinaciones estructurales que afectan tanto a los medios como a sus receptores, a postular la transparencia de los contenidos en desmedro del análisis de los subtextos (la ideología). Por otro lado, es también la ruptura con el reduccionismo economicista de las visiones de los procesos comunicacionales y culturales inspiradas por la ortodoxia marxista. De allí la presencia temprana en las referencias teóricas sobre los procesos

de internacionalización de pensamientos rebeldes, como aquel del filósofo Antonio Gramsci sobre las redes o formaciones internacionales, como un tipo de "partidos políticos" que juegan el papel de organizadores colectivos o intelectuales orgánicos a través de combinaciones de relaciones de fuerza, de mediaciones, interacciones, transacciones y compromisos entre la dimensión internacional, nacional y local.

Cómo la ideología globalitaria ha permeado los modos de pensar la dimensión supranacional de la comunicación

La entrada en la llamada era global a mediados de los años 80 cambió drásticamente las condiciones de producción del pensamiento crítico sobre los procesos de internacionalización. Lo dificultó a medida que las palabras del mercado se imponían como sentido común para designar el Estado y el porvenir del mundo. Hasta entonces, la polisemia de los contextos y de las configuraciones de sujetos de lo supranacional había caracterizado las maneras de nombrar las relaciones transfronterizas entre los pueblos, las naciones y los Estados. Fue así para la memoria conflictiva de lo universal y del universalismo, producto de la filosofía, del derecho y de la religión. Fue el caso de la memoria de la lengua de lo internacional y del internacionalismo inseparable del derecho público, de la diplomacia y de los idearios de emancipación social. Fue por fin lo que ocurrió en vísperas del siglo XIX con el vocabulario visionario de lo mundial y del mundialismo, arraigado en el proyecto solidarista de construcción de una nueva comunidad mundial a través de la producción y circulación compartida de los saberes, un "*mundaneum*", como decía el precursor de la ciencia de la información, Paul Otlet.⁴

En cambio, el campo semántico de la llamada globalización es básicamente acreedor de la economía. Expresa el economicismo de la filosofía dominante del capital. No por nada se inauguró en los años 1984-85, años de la desregulación desde la *city* de Londres de las plazas financieras y de su integración en un mercado global, descompartimentado, totalmente fluido. Años también del despegue de los mega-grupos de la comunicación publicitaria. La edad global -y por ende el modelo neoliberal de globalización- se publicitó como el último peldaño de la evolución del género humano, el horizonte *insuperable*. Basta recordar el leitmotiv sobre el parto de un nuevo universalismo por virtud del mercado global, repetido en todos los tonos por las nuevas elites de la economía globalizada reunidas en sus foros económicos de Davos: "El mercado está en trance de imponerse allá donde han fracasado los grandes imperios y las grandes religiones: fusionar el conjunto de los seres humanos

en una comunidad global". Esa ideología globalitaria se inmiscuyó en las maneras de hablar y de analizar los procesos de transnacionalización de la comunicación y de la cultura. La fe mesiánica en la capacidad de las tecnologías de información y comunicación a rehacer el mundo recicló la vieja ideología del progreso como proceso lineal e infinito. No cabía la posibilidad de reversibilidad en la marcha triunfal hacia la comunidad global por mediación del mercado.

¿Quién controla los conceptos? Esta pregunta no ha dejado de habitarme. Volver a la historia fue mi respuesta a un proceso desbocado de desreglamentación, que no afectó solamente a los dispositivos institucionales sino los conceptos, las maneras de hablar de ellos. De ahí la interrogación sobre el carácter performativo de la noción de globalización y sus múltiples declinaciones operacionales. Es la razón de por qué he trabajado, entre otros, sobre el concepto-trampa de sociedad global de la información, he disecado los enfrentamientos entre proyectos de sociedad alrededor del concepto de diversidad cultural⁵ y he participado, junto con las redes de nuevos sujetos socio-políticos, en los debates donde se negociaba el estatuto de la cultura, de la comunicación y de la información en relación a su apropiación privada.

Mi perspectiva histórica se ha materializado en los años 90, en la genealogía de las visiones del mundo que subyacen en las categorías de análisis de la dimensión supranacional y, a la vez, he desplazado el eje central de mis investigaciones del espacio mediático hacia el conjunto del modo de comunicación y de circulación de los mensajes, bienes y personas. Fue el guión de la trilogía *La Comunicación-mundo, La Invención de la comunicación e Historia de la utopía planetaria*. Cada uno de los tres aborda desde un ángulo diferente la génesis de la idea de mundialización y las estrategias que suscitó en cada época. Es en contra de la atopia social que caracterizaba el sentido común global que propuse la noción de "comunicación-mundo", calcada sobre las nociones de tiempo-mundo y economía-mundo desarrollada por el historiador Fernand Braudel en sus estudios sobre la civilización material, la economía y el capitalismo.⁶ A diferencia de la visión horizontal de las relaciones de comunicación en el espacio global, esta matriz conceptual me permitió profundizar el estudio de los procesos de jerarquización del vínculo comunicacional.

No hay manera de entender cómo y por qué la visión neoliberal de la sociedad mundializada pudo arraigarse en las referencias, si no se la relaciona con el carácter ambiguo del trastocamiento de los paradigmas de las

4. Bolaño César (org.), *Comunicação e a crítica da economia política*, Sao Cristovão, Universidad Federal de Sergipe, Biblioteca Eptic, 2008.

5. Mattelart Armand, *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona-Buenos Aires, Paidós, 2007 (Bolsillo); *Diversidad cultural y mundialización*, Paidós, 2005.

6. Una ampliada obra sintetizada en Braudel Fernand, *La Dinámica del capitalismo*, Madrid, Alianza, 1985.



ciencias sociales que se opera a partir de la segunda mitad de los años 80. El paso del paradigma de lo mecánico al paradigma de lo fluido -como lo hemos caracterizado Michèle Mattelart y yo- incide directamente sobre las maneras de enfocar el cambio social y, por ende, de los modos de abordar la cultura y la comunicación.⁷ Por un lado se enjuicia a la tendencia a privilegiar las estructuras, los invariantes, los macro-sujetos (como el Estado) así como los discursos totalizantes sobre el poder. Por el otro, se rehabilita la visión reticular y la microfísica de los poderes, las interacciones, transacciones, mediaciones y negociaciones así como las miradas desde la(s) cultura(s), de las subjetividades e intersubjetividades, de lo ordinario de la vida cotidiana. No se puede negar las virtudes heurísticas de esta transición hacia una inteligibilidad mayor de las relaciones sociales. Pero tampoco puede negarse sus ambivalencias. La posibilidad de usos que relativizan o sencillamente esfuman la cuestión del y de los poderes. No podía ocurrir de otra manera, ya que el momento de cambio de los paradigmas científicos coincide con el momento en que se instala el modelo managerial del post-fordismo como nueva forma de acumulación del capital y nueva modalidad de gobernar multitudes. Un modelo managerial que aboga por la fluidez, la flexibilidad, el modelo reticular y la autoregulación.

El auge del positivismo neoliberal en el resto del siglo pasado ha favorecido indudablemente las derivas. El potencial emancipatorio del nuevo paradigma de lo fluido sufrió los embates de la retirada del pensamiento crítico. Esa tendencia alcanzó tanto a los universos académicos como a las organizaciones internacionales encargadas de la cultura (que se retiraron de los temas polémicos). La ambigüedad es notoria en las maneras en que se abordó la nueva centralidad adquirida por las problemáticas de la cultura. Se autonomizó la cultura y se culturizó lo social, es decir que se trataron de una manera cultural los problemas que no se querían abordar (o que no interesa que se aborden) en términos políticos y de conflictos sociales. Dicha representación del espacio planetario fue colportada hasta la saturación, tanto por las teorías sobre el *management* global como por los ejercicios académicos sobre el sujeto postmoderno. El panculturalismo se instaló como nuevo sentido global, trascendiendo latitudes geográficas e intelectuales. En la lucha por la conquista de un campo académico, en términos de Pierre Bourdieu, las teorías sobre la globalización cultural se autopromovieron como la última fase del pensamiento sobre la cultura (y la comunicación).

La paradoja es que los discursos sobre la relación entre globalización y cultura abundaron en medios universitarios que nunca antes habían demostrado interés por estudiar la dimensión transnacional de los procesos

culturales y comunicacionales. Los universales de la comunicación instantánea permanente prevalecieron sobre la larga duración. A fuerza de proclamar que todo era radicalmente nuevo, se dio a creer que el movimiento hacia la unificación mundial a través de la multiplicación de los intercambios materiales y simbólicos remontaba a no más de dos décadas. Esta carencia de memoria llevó a considerar como natural, como un dato neutro, el modo hegemónico de integración mundial materializado por el modelo neoliberal, de aceptarlo como el único posible y universal. A ello se agregó el hecho que gran parte de los discursos sobre la relación entre globalización y cultura se ha edificado sobre un corpus sobredimensionado de referencias conceptuales y una escasez de averiguaciones empíricas de los enunciados teóricos por vía de estudios serios de terreno.⁸ A semejanza de lo que aconteció con la especulación financiera, se formó una verdadera burbuja académica cortada de lo real.

De los procesos de comunicación se privilegió el momento de la recepción y, sin la menor cautela epistemológica, se transitó de la aproximación etnográfica de la recepción activa de los flujos y productos transnacionales por los receptores al olvido de las estructuras, leyes y fronteras. Síntoma entre muchos: la celebración de la capacidad de las audiencias a resemantizar los mensajes de las series emblemáticas con circulación planetaria desembocó en la relativización de la relación asimétrica entre las culturas así como de las economías. La representación del receptor activo pactizo con el dogma neoliberal y neopopulista de la soberanía del individuo-consumidor. El sujeto-ciudadano, unidad de base de la sociedad, fue desplazado por el "consumidor-ciudadano", nuevo actor pretendidamente dotado de la propensión innata a la "resistencia". Una noción vaciada de todo contenido emancipatorio que sirvió de coartada a la marcha forzada hacia la "individualización" de la sociedad, y al rechazo a pensar la necesaria refundación de los maltrechos sistemas de solidaridad colectivos. Uno de los efectos mayores al nivel político de la hibernación de las referencias ciudadanas fue la marginalización de los temas de las políticas públicas, de la concentración y la financiazación en los medios, premisas de la democratización del espacio mediático y del ejercicio efectivo del derecho a comunicar.

Por fin, la neutralización del contexto histórico en el cual los productos y flujos culturales se producen, circulan y se consumen se ha conjugado con la tesis de lo post-nacional, y su corolario, la caducidad del Estado-nación, en un mundo desterritorializado y desmaterializado. Lo que ha entrañado el descuido por la reflexión sobre la redefinición en curso del Estado y de sus funciones, confrontados a las nuevas condiciones de la aceleración

7. Mattelart Armand y Michèle, *Pensar sobre los medios*, Madrid, Fundesco, 1987.

8. Mattelart Armand y Neveu Erik, *Introducción a los estudios culturales*, Barcelona-Buenos Aires, Paidós, 2004.



del movimiento, de larga duración, hacia la unificación mundial. Así se ha naturalizado la imagen de un mundo reticular como "acéfalo, volátil e interactivo", según el vocabulario entronizado en la segunda mitad de la década de los años 80 y años 90. Incluso se concluyó que la sociedad y el pensamiento entraban en la edad post-política y post-crítica, si bien el retorno a la cultura y a las culturas, que hubiera debido nutrir y estimular la reflexión sobre las complejas mutaciones de los dispositivos transnacionales de violencia simbólica, encalló en la resignación frente al orden dominante.

Pero, ironía de la historia, en 2008 la crisis financiera y económica vino a desmentir estas especulaciones al reposicionar al Estado en su función de regulador de las lógicas económicas y de garante del interés colectivo, reinstalándose como interlocutor a escala nacional y global.

La crisis civilizatoria y la vuelta a la historia

No faltó un cuarto de siglo desde la entrada en la llamada era global para que la crisis civilizatoria evidencie la falacia del dogma del fin de la historia y, sobre todo, la inviabilidad del modelo de globalización neoliberal y la naturaleza predatoria de su promesa de nueva comunidad planetaria. Desórdenes financieros, ecológicos, energéticos y alimenticios, todos son generadores de fracturas, desigualdades y exclusiones, de crisis sociales, a la vez que presagian reordenamientos en el tablero geopolítico y agudización de las tensiones entre el proyecto de las potencias hegemónicas, de reoccidentalización del mundo, y el proyecto emancipatorio de los potenciales y fuerzas de cambio.

Toda crisis exhorta a la crítica del orden establecido. Vuelve a traer el tema de la materialidad de los procesos sociales de información, de comunicación y de cultura. Desde esta perspectiva, la mirada que los historiadores del tiempo-mundo y del economía-mundo echan sobre esa crisis civilizatoria contemporánea ayuda a percibir su verdadera dimensión. ¿Y qué vaticinan? El sistema, dice Immanuel Wallerstein, continuador de Fernand Braudel, no llega a "hacer sistema", va de crisis en crisis y no logra reanudar con el equilibrio. Se está produciendo una bifurcación,⁹ al igual de la que significó en su tiempo la transición del sistema feudal al advenimiento del sistema capitalista. Bifurcación quiere decir que la situación se vuelve caótica, incontrolable por las fuerzas que hasta ese momento la hegemonizaban y se ve aflorar una lucha, no tanto entre los partidarios y los adversarios del sistema, sino entre el conjunto de los actores para determinar lo que va a reemplazarlo. El futuro más probable es que dentro de 30 ó 40 años habrá emergido otro sistema. Puede ser un modelo de sociedad más violento que

el capitalismo. O un mundo donde el reparto de las riquezas materiales e inmateriales sería el motor de una economía social y solidaria. Se abre, en todo caso, un periodo durante el cual se ve ensancharse la posibilidad de pensar individual y colectivamente sobre el porvenir.

Ahora bien, si uno rastrea las lógicas geo-socio-políticas que van en el sentido del primer escenario, la eventualidad de un modelo más violento de sociedad es lo que tiende a atestiguar la acentuación en el curso del primer decenio del milenio de los tropismos panópticos en las sociedades democráticas. El proyecto tecnoutópico de sociedad global de la información ha dejado ver su parte oculta, la vigilancia y el despliegue de los dispositivos técnicos de trazabilidad y geolocalización de los individuos y los colectivos. La noción a geometría variable de terrorismo ha banalizado las intercepciones de los flujos transnacionales del conjunto del modo de comunicación y de circulación de las personas, de los bienes y mensajes. El precio es, entre otros, el odio al foráneo, la criminalización de la protesta ciudadana, la gestión de la sociedad por el miedo y la erección de muros de segregación a todos los niveles.

Si, en cambio, se considera el escenario de una transición hacia un sistema más justo y equitativo, se puede argumentar que en muchas partes del mundo y desde el fin del último siglo, nuevas formas de conciencia y de organización colectiva, a la vez planetaria y multicultural, se están buscando y que dan sentido a una nueva configuración de sujetos históricos.

El movimiento social se apropia críticamente del concepto de derecho a la comunicación como parte integrante de los derechos humanos y los cuatro principios clave que lo fundan -diversidad, libertad, acceso y participación-, y lo reubica en el contexto más amplio de la filosofía de bienes públicos comunes, bienes a los cuales las personas y los pueblos tienen derecho en condiciones de equidad y de libertad que orienta la lucha en contra de la apropiación privada de la cultura, la comunicación, la información y el saber.

Lo que ocurre en América Latina desde el inicio del nuevo milenio es un buen ejemplo de la nueva dinámica de las luchas comunicacionales. No solo las voces se han diversificado sino también los temas de reflexión y las causas movilizadoras. Incluso es la región donde estas luchas han adquirido más visibilidad. Piénsese por ejemplo en la explosión de los observatorios sobre los medios o las políticas culturales, en las movilizaciones en pro de la legalización de los medios ciudadanos y más generalmente en contra de los procesos de concentración y a favor de legislaciones de la radio y de la televisión o de las telecomunicaciones que preserven lo público. Desde el movimiento de las mujeres hasta el movimiento de los pueblos y naciones indígenas,

9. Ver Immanuel Wallerstein: "2008: el fallecimiento de la globalización neoliberal", *La Jornada*, México, 16 de febrero de 2009.



pasando por el movimiento campesino, un salto se ha efectuado en la conciencia del lugar estratégico que ocupa la democratización de la comunicación en la refundación de los vínculos rotos por las lógicas del proyecto neoliberal. El compartir un proyecto cabal de ciudadanía de la esfera mediática no ha impedido a los diversos componentes del movimiento social a escala transnacional a tomar en cuenta la diversidad y la historicidad de las formas institucionales que en cada realidad nacional ha revestido el sistema de medios.

A esta altura de la historia de los movimientos sociales no es posible separar la construcción de una economía política crítica de la transnacionalización de la información, de la comunicación y de la cultura, de la contribución de los nuevos intelectuales colectivos que inauguraron los foros sociales mundiales, continentales, nacionales, y que han jugado el papel de incubadora de articulaciones entre organizaciones de las más diversas y sus propuestas.

Quienes hemos participado en los debates y propuestas sobre la comunicación y la cultura que se gestaron desde el primer Foro Social Mundial de Porto Alegre, podemos dar testimonio del lento proceso de maduración en relación con el lugar estratégico de la comunicación en el pensamiento de los movimientos sociales. Han contribuido a romper con la visión instrumentalista, tanto de la comunicación como de la(s) cultura(s) en las que, durante decenios, sectores importantes de las fuerzas progresistas se enfrascaron, reproduciendo al nivel de sus organizaciones las mismas relaciones verticales que estigmatizaban como feudo del sistema hegemónico. Han contribuido, en el seno del conjunto del movimiento social, a ubicar las problemáticas comunicacionales en el centro de las interrogaciones sobre el funcionamiento de la sociedad democrática, y a desmultiplicar los frentes de lucha en contra de las exclusiones de clase, de casta, de género y de etnia. Valga recordar de paso algunos de los frentes impulsados por estos nuevos sujetos, a la vez geolocalizados y con una visión geopolítica de la sociedad-mundo: los frentes o coaliciones a favor de nuevas reglas para la propiedad intelectual, o la regulación de la arquitectura reticular de la llamada sociedad global de la información, o la promoción y protección de la diversidad de las expresiones culturales, además de las movilizaciones ya mencionadas en contra de la concentración económico-financiera de los medios de comunicación.

Todas estas reflexiones y acciones tienen forzosamente una incidencia sobre la agenda de la investigación sobre las apuestas de la mundialización. De estos semilleros brota una nueva generación de investigaciones y de investigadores militantes, que defienden una concepción porosa de las fronteras de la economía política crítica de la comunicación y de la cultura, porque se convencieron

que es la única manera de dar cuenta de las múltiples determinaciones e implicancias económicas, políticas y culturales de los procesos de comunicación como parte de una trama global. Por ello buscan el intercambio entre disciplinas y la interpenetración de las referencias, de los enfoques. Todas preguntas de índole epistemológica, que la visión panculturalista había expulsado de su campo de visión al promoverse como el horizonte intelectual insuperable. Ese mestizaje teórico hace parte de una dinámica más general en las ciencias sociales en su versión crítica. En efecto, otros campos disciplinarios como la geografía, la historia y las ciencias políticas o la antropología, a su vez, se invierten en objetos que formaban hasta poco parte del perímetro natural de las ciencias de la comunicación.

Es ese nuevo contexto que favorece el interés por la genealogía de los dispositivos y agentes de los procesos de transnacionalización, como por la arqueología del cuerpo de saberes referentes. Hace muy poco encontré a un estudiante francés de ciencias políticas y a un argentino de las ciencias de la comunicación preparando por separado, sin conocerse, su doctorado sobre las estrategias mediáticas, las políticas culturales, la función de los intelectuales y de los conocimientos que se han producido durante los tres años de la Unidad Popular. Lo que estaban buscando es el por qué y el cómo de las luchas comunicacionales como fuente de prácticas y teorías. Esta cadena de estudios incluso empieza a constituirse en redes de memoria.

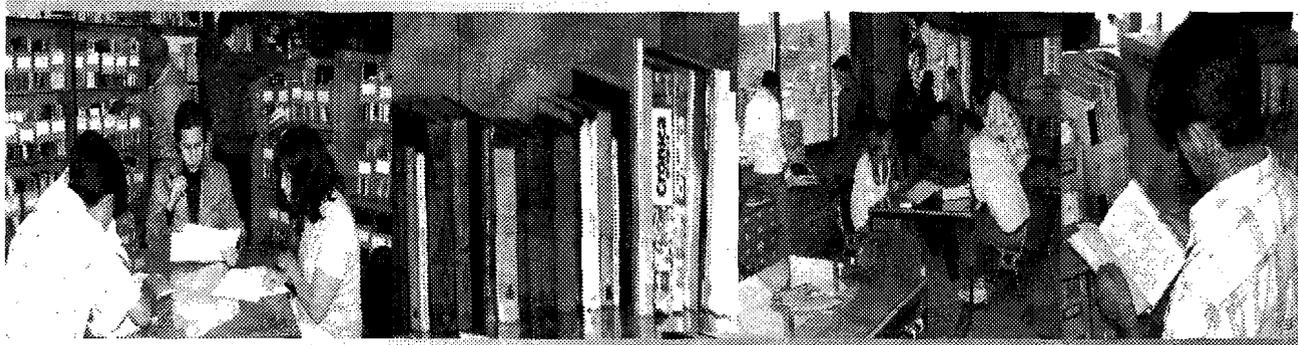
La pérdida de credibilidad del modelo de sociedad prometida por el neoliberalismo está desplazando los hitos. Abre a la imaginación social la posibilidad de nuevos territorios por explorar y nuevas formas de intervención. Utopías sociales inhumadas y declaradas arcaicas hasta hace poco vuelven a la superficie, y muestran la centralidad del principio de solidaridad en la construcción de una sociedad y de una economía no regida por el productivismo y la ideología de la cifra. Adentro de estas utopías está la utopía de la mancomunidad del saber. La pregunta recurrente es: ¿Quién va a poner la regla? O bien uno se contenta con alegar a favor de la intervención de los poderes públicos y del rol económico del Estado, hasta el día en que advendrá otra crisis, o bien se reanuda con el principio fundador de la soberanía popular y la primacía de lo político. Lo que supone que se opere un salto cualitativo en la participación de los ciudadanos en la gestión de las grandes cuestiones vivas que interpelan a la sociedad y a su porvenir, y entre ellas, la forma que tomará la sociedad del saber al plural. Es lo que traduce claramente la preocupación por volver a plantear la cuestión del compromiso de los intelectuales y de la relación entre saber y política, entre la teoría y las prácticas sociales, lo que implica inventar nuevas formas

de democracia participativa y de cuestionar críticamente el espacio ocupado por los expertos, sus sistemas de análisis y evaluación así como de toma de decisiones. Encender estos contrafuegos mediante un nuevo contrato social se vuelve la condición necesaria para que sociedades cognitivas no ilusionadoras puedan ver la luz, que no sean el calco de la sociedad industrial, de sus jerarquías y de sus relaciones de saber/poder.

Solo una aproximación ciudadana que escape al elitismo y se guarde de hacerle el juego al populismo puede

hacer de contrapeso al proyecto amnésico de sociedad global de la información, con mirada miope sometido al imperativo categórico del retorno de sus inversiones a corto plazo. El postergamiento de la nueva utopía de la apropiación democrática del saber, que la crisis civilizatoria convierte en realizable, significaría sin duda el auge de las nuevas formas de ejercicio autoritario de uso del poder que implica la primera opción de la anticipación.

Centro de Documentación del CIESPAL



Es un espacio académico especializado que dispone de más de 6.000 documentos (libros, revistas y estudios), ingresados en las bases de datos Comunicación Social - COMSO, ~~CDECC y MIGRA~~.

Su objetivo es convertirse en el lugar de referencia bibliográfica tanto para profesionales como para estudiantes que desean ~~especializar~~ ^{especializar y} profundizar sus conocimientos en un determinado tema de la comunicación.

El Centro se actualiza constantemente con nuevas publicaciones, mediante compra, canje y donaciones, cuyo contenido se promueve en los boletines quincenales de Distribución Selectiva de la Información -DIS-, que se difunden entre nuestros usuarios vía internet.

Como acceder a nuestra base de datos Comunicación Social - COMSO

Ingreso a nuestro portal: www.ciespal.net. En la sección "Biblioteca digital" dar clic en ingresar.

- Escoger la base de datos que se quiere consultar
- COMSO - Nueva base de datos documental especializada en comunicación. Acopia el material editado a partir de 1999.
- ~~CDECC~~ - Base de datos documental especializada en comunicación y periodismo. Almacena los registros anteriores a 1999.
- ~~MIGRA~~ - Base de datos sobre migración.

En la barra de búsqueda ingresar la palabra o frase que requiere consultar

Finalmente se desplegarán las opciones con descripción detallada que incluye: código, autor, título, páginas, fuente, no. de revista, idioma. Cada uno de los registros incluye un resumen, que es de utilidad para la elección de los contenidos por parte de los usuarios.



“Hay que recuperar la historia y el sentido de las palabras”

Entrevista a Armand Mattelart

Gustavo Abad y José Villamarín

Investigadores del CIESPAL

Resumen

Entrevista acerca de la visión del autor sobre sus criterios de descongelamiento social en estos años y cómo se lucha contra la hegemonía social desde el uso del lenguaje.

Palabras clave: Glaciación social, contrahegemonía, comunicación industrial, comunicación de servicio público.

Resumo

Entrevista sobre as opiniões do autor sobre seus critérios descongelar sociais nos últimos anos e como anti-social a hegemonía do uso da linguagem.

Palavras-chave: MGlacição Social, contra-hegemonia, comunicação industrial, serviço público de radiodifusão.

Gustavo Abad: Comencemos hablando de la evolución del pensamiento sobre comunicación, cultura y política en las últimas décadas. Usted ha dicho que en los años 80 y 90 se produjo una especie de glaciación del debate y que, a partir del nuevo siglo, estamos saliendo de ese congelamiento. ¿Qué características tiene este descongelamiento, quién lo provoca, con qué efectos?

Armand Mattelart: Desde mis estudios sobre los aspectos geopolíticos de la comunicación, creo que hay tres acontecimientos que permiten señalar progresivamente el regreso de la reflexión y del pensamiento crítico. El primero se produce a finales

de los 90 en las protestas de Seattle, como una manifestación global en contra del sistema neoliberal. Sin embargo, lo de Seattle fue el resultado de una serie de manifestaciones anteriores en contra de este sistema. Recordemos que a principios de esa misma década, el movimiento zapatista del subcomandante Marcos surgió en el contexto de la construcción de un mercado único entre México, los Estados Unidos y Canadá. Por lo tanto, el avance de las ideas siempre va a estar vinculado con las transformaciones en la base material y económica de la sociedad. El segundo acontecimiento es la invasión de los Estados Unidos a Irak, que se produce bajo el discurso de la llamada lucha global

contra el terrorismo. Es muy importante este hecho, porque mostró las contradicciones y el lado oculto del discurso pacificador de la globalización neoliberal y de la llamada sociedad de la información. Se puso en evidencia que los dispositivos informacionales sirven también para vigilar y controlar. Ese modelo panóptico estaba oculto antes de estos acontecimientos, porque habíamos estado pensando en las tecnoutopías de la sociedad de la información. El tercero es la crisis financiera de septiembre de 2008, en los Estados Unidos, que demuestra claramente que el modelo presentado como el último peldaño de la evolución humana se cae. La crisis financiera es también una crisis de la civilización, de la ecología y de la energía. Por eso, no solo necesitamos resolver las crisis financieras, sino pensar en nuevos modelos de civilización, de consumo, de producción de energías favorables a la vida. En ese contexto surgen nuevos actores con nuevas filosofías de vida, con pensamientos que el modelo neoliberal intenta hacer olvidar.

GA: Quiero aprovechar esto último para pedirle una reflexión acerca la manera de nombrar las cosas. Usted ha dicho que es necesario dotar nuevamente de sentido a ciertas categorías históricas como resistencia, hegemonía, lucha social, entre otras. ¿Cómo hacerlo en un mundo en que las nuevas tecnologías de la comunicación y la información tienden a volverlo todo ambiguo, incluyendo el mismo concepto de sociedad de la información?

AM: Bueno, es lo que trato de hacer desde hace más de 15 o 20 años. Volver a la historia. Creo que la pérdida del control de los conceptos viene de la deshistorización, que es la falta de historia de las palabras. Le doy un ejemplo muy cotidiano y público. Actualmente todos hablamos de redes sociales. Cuando escuché por primera vez las palabras *redes sociales* como un producto de internet, me dije: ¿Qué quieren decir con esto? Históricamente, la noción de redes sociales ha estado anclada a proyectos emancipatorios y colectivos. Las llamadas redes sociales por internet no deberían llamarse así, porque son producto de una sociedad individualizada. No tengo nada contra la individualidad siempre que no oculte otras realidades históricas, como la movilización real de los ciudadanos. Yo creo que las redes sociales de las que estamos hablando actualmente, como facebook, twitter, etcétera, solamente son redes de socialización *on line*. Sin embargo, nos están imponiendo las palabras y los conceptos y resulta muy difícil remontar un pensamiento que ya está divulgado. Cuesta mucho proponer otra visión de las sociedades y del mundo.

José Villamarín: Entonces las nuevas tecnologías ponen en evidencia la necesidad de retomar estudios históricos, culturales, sociopolíticos...

AM: Efectivamente, yo pienso que las nuevas tecnologías nos obligan a una reflexión crítica dentro de las problemáticas de la economía política de la comunicación y la cultura. Cuando uno mira la historia de las ideas críticas sobre comunicación, cultura y política, vemos que gran parte de ellas tienen que ver con las problemáticas de América Latina, porque en esta región los temas del desarrollo y la educación han estado ligados a los procesos de comunicación. Creo que eso hizo que en América Latina surgieran los planteamientos principales de lo que hoy conocemos como derechos a la comunicación, políticas de comunicación, entre otros, que intentan nivelar las asimetrías entre países en los procesos de comunicación y cultura. En Europa, en cambio, la reflexión circuló en torno a la crisis de los servicios públicos y al surgimiento de las industrias culturales. Ahí la televisión no era industria cultural sino servicio público. Entonces, hay que preguntarse, qué ha pasado en estos años de congelamiento de las ideas, qué nuevas problemáticas han surgido. Hay temas que no habíamos sospechado y a los que no estábamos acostumbrados como, por ejemplo, el de la propiedad intelectual. Es decir, la respuesta de los que no tienen dinero para comprar productos culturales y no tienen otra opción que piratear. Son problemas muy complejos que nos obligan a interrogar cada vez un espectro más amplio de temas desde la economía política de la comunicación. Uno de ellos es el uso y acceso a las nuevas tecnologías.

GA: ¿Usted es optimista respecto de la recuperación de una perspectiva crítica en la investigación de la comunicación y la cultura, que nos permita comprender mejor los procesos ideológicos y las relaciones de poder en este campo?

AM: Yo pienso que, a pesar de esta glaciación de la que hemos hablado, en América Latina han surgido pensadores críticos que construyeron y siguen construyendo esa reflexión. Mi contacto con las universidades de América Latina me ha permitido constatar la existencia de un sector crítico, que se refleja en los temas de tesis, en las problemáticas académicas, donde plantean una preocupación por la memoria que se ha construido desde la investigación, que fue olvidada entre los años 80 y 90. Yo diría que también es una reacción generacional en contra del arrastre negativo de la globalización, porque los jóvenes investigadores sufren en carne propia este modelo de globalización. Entonces, yo veo que en el ámbito estudiantil y académico hay una gran preocupación acerca de, por ejemplo, cómo cambiar las reglas del juego en las estructuras mediáticas; cómo participar en la construcción de una nueva sociedad, no de la información sino del saber, más bien dicho, de los saberes diversos.



JV: ¿Esas tensiones antiguas entre la televisión como servicio público y la televisión como industria cultural se expresan en el actual enfrentamiento entre medios públicos y privados, como en el caso ecuatoriano?

AM: Creo que en este tema también es necesario limpiar el terreno para abordar estas realidades. A veces me sorprende de que usemos la denominación medios públicos. ¿Qué significa un medio público? Para muchos son medios gubernamentales, mientras que para otros, como en la tradición europea, son medios de servicio ciudadano. Yo planteo la necesidad de replantear esos temas, puesto que la pertenencia de un medio al Estado no lo convierte en público. El problema es la dificultad que supone, en ciertos países, la falta de una tradición de servicio público, es decir, no saber cómo hacer las cosas bajo otros valores y otros procedimientos. Pero eso no significa que no haya agentes y actores que puedan aportar a la construcción de esos proyectos de medios públicos. El problema también está en quién lleva adelante esos proyectos.

JV: ¿Cómo hacer que los medios privados manejen la información como servicio público y no como un producto más de la industria cultural?

AM: El medio privado, de cualquier modo, tiene la obligación de manejar la información como servicio público. Tiene una misión pública, puesto que usa el espectro mediático que es un bien común de la humanidad. El problema es que la mayoría de medios privados no quiere aceptar que existan otras nociones de libertad de expresión distintas a la noción de libertad de propiedad. Ese es un gran problema para las democracias, hacer que emerjan otras nociones de libertad, que involucren otras nociones de lo público.

GA: En América Latina asistimos al enfrentamiento entre un Estado comunicador y unos medios opositores. Entre los dos se disputan el control del debate social ¿Cuál es su reflexión acerca de este estado de cosas y qué nos corresponde hacer como ciudadanos?

AM: Yo pienso que lo que debemos defender, a la larga, es una noción de libertad de expresión plural. En Chile, durante la época de la Unidad Popular, no tuvimos tiempo de plantearnos estos temas. Actualmente hemos llegado a unos niveles de polarización extraña, donde la oposición usa la noción de libertad de expresión con fines de sedición. Entonces, la experiencia chilena me dice que lo único que nos queda es evitar esa polarización, aunque no es fácil.

El Medio mediado

Una mirada crítica al discurso mediático.

Fernando Checa Montúfar

Es una guía para reconstruir el discurso mediático con un espíritu crítico, como un trabajo de mediación entre los contenidos de los medios y las audiencias, y como una contribución a la formación de ciudadanos para que exijan una mejor oferta mediática. Para este propósito, el autor presenta una serie de artículos e investigaciones que plantean una mirada crítica, no estigmatizadora, propositiva, pedagógica e independiente de los poderes políticos, económicos, empresariales, de los anunciantes y, en general, de todos los actores que se mueven alrededor del mundo de la información.

Pídalo a: libreria@ciespal.net



NUEVA PUBLICACIÓN

Comunicación

y movimiento popular. Un momento emblemático. Chile 1970-1973

Michèle Mattelart
Comunicóloga europea

Resumen

La autora narra sus experiencias en el Chile de la presidencia de Salvador Allende y la función de las mujeres en el escenario político y social.

Palabras clave: Chile, Salvador Allende, feminismo, comunicación popular.

Resumo

O autora descreve suas experiências no Chile durante a presidência de Salvador Allende e o papel das mulheres no cenário político social.

Palavras-chave: Chile, Salvador Allende, o feminismo, comunicação popular.

Me es particularmente grato y emocionante estar aquí entre ustedes, para evocar lo que han sido nuestros primeros pasos en América Latina y recordar la riqueza vivencial, en el plano del compromiso intelectual y político, de nuestra participación en la historia del pueblo chileno en estos años.

Es particularmente emocionante, porque Quito fue la única escala del viaje que hicimos desde París en junio de 1963 antes de llegar a Santiago de Chile, donde íbamos a vivir unos 10 años y donde estaríamos quizá viviendo todavía si el golpe de Estado del 11 de septiembre de 1973 no nos hubiera echado fuera de ese país. Fueron momentos de fuerte intensidad que culminaron en 1970 con la llegada de la Unidad Popular (UP) y de Salvador Allende al gobierno.

He titulado mi charla *Comunicación y Movimiento Popular. Un momento emblemático: Chile 1970-1973*. Mi propósito no es contar los tres años de la Unidad Popular, ni tampoco pretendo hacer un análisis que abarque la totalidad de la problemática de los medios de comunicación bajo la UP, sino tratar de revivir ciertas cuestiones a las que nos ha confrontado esta tentativa inédita de construcción del socialismo en libertad, como se ha denominado la experiencia chilena en esos años 1970-1973.

La trascendencia política de esta experiencia ha sido reconocida en numerosas ocasiones y por múltiples sectores. La movilización a favor del pueblo chileno, las manifestaciones multitudinarias de solidaridad con este pueblo después del golpe de Estado de Pinochet, no expresan sino el reconocimiento de la importancia



que tuvo esta experiencia para el movimiento obrero internacional.

Se podrá decir que Chile no es Francia -escribieron por ejemplo dos periodistas jóvenes en una revista especializada en cine- y acusarnos de exotismo. El peligro existe. Pero para nosotros, ¿cómo pensar un segundo que podemos prescindir de una vuelta por Chile?... Lo escribían a fines de 1974.

Y recientemente han aparecido artículos de revistas escritos por investigadores o tesis de doctorantes que atestiguan, en variados contextos, la vigencia del aporte del proceso chileno.

Sin embargo, no es superfluo decir que hablar de este tema a más de 35 años de distancia no es fácil. No cae por su propio peso, como se dice. Estamos hoy en día en otro momento histórico, otra configuración del mundo y de los actores, otro entorno mediático, conexión, redes, un momento diferente de la problemática comunicacional, de sus envites teóricos y prácticos. Y agregaré que no había caído el muro de Berlín.

Difícil hablar de ello; hemos de recurrir a palabras, a un vocabulario que hoy día parece muy connotado y en desuso; este vocabulario que estaba en uso en los años 70: revolución, ideología, lucha de clases, clase dominante. Podemos tener la impresión de hacer revivir la edad de la mecánica como modo de pensamiento (para plagiar lo que decimos con Armand Mattelart en *Pensar sobre los Medios*: la edad de la mecánica, con una idea monolítica del poder, contrapuesta al modo de pensamiento de "lo fluido" de hoy: la post-linearidad, la subjetividad, el poder negociado. En efecto, es tan solo al fin de los años 70 que la crisis de los paradigmas va a golpear el conjunto de los grandes sistemas explicativos e intronizar otros regímenes de pensamiento para interpretar la realidad.

La experiencia chilena revistió una originalidad en relación con otros procesos socialistas, que la habilitó para constituir otra alternativa que la consagrada por los ejemplos mundiales tradicionales donde una revolución se hizo posible.

La presencia viva y revitalizada a diario de la burguesía y del imperialismo, emisores profusos contrarios al proyecto revolucionario, fue una determinante que tendió a asimilar en alguna forma la realidad cotidiana de Chile, aun existiendo este proyecto revolucionario, con la realidad de otros países del mundo en desarrollo, del Tercer Mundo como se decía todavía en esos años 70, pero también con el "primer mundo" donde varios grupos reflexionaban sobre cómo crear una alternativa a los medios dominantes.

Al volver sobre la experiencia chilena en un libro sobre el uso de los medios en periodos de crisis, decíamos en 1979: "Es propio de los periodos de crisis cuestionar categorías cuya legitimidad parecía intocable en periodos de normalidad. Formas de comunicación (entre los individuos y entre los grupos) que acostumbramos utilizar y consumir con toda inocencia, como simples 'técnicas', muestran su signo ideológico. Revelan su carácter de mecanismo de defensa y de reproducción de un orden, de un modo determinado de organización de las relaciones sociales".

Si lo que era invisible se vuelve visible, es porque otra clase, nuevos sectores sociales comienzan a hacer prevalecer activamente su punto de vista acerca de la construcción de una vida distinta.

Aun si el tiempo impartido a esta charla implica forzosamente limitaciones, es necesario desde el inicio mismo configurar el marco en que se va a desarrollar la lucha ideológica: una relación de fuerzas desigual. El poder informativo de la burguesía era claramente superior al de la coalición de la UP. Hay que evitar sin embargo confundir propiedad mayor de órganos de difusión e información y poder cultural. La relación desigual desde el punto de vista del poder cultural se verifica sobre todo en eso: al ganar Allende las elecciones y subir a la presidencia el 4 de septiembre de 1970, la burguesía perdió el consenso, dejó de ser clase dirigente, pero era todavía clase hegemónica, conservaba la autoridad. A partir de las inversiones que había realizado a lo largo de su reino de más de cien años casi sin interrupción, en el campo de los valores, de las normas de comportamiento, de las aspiraciones, a partir de su acumulación ideológica, la burguesía tenía un poder sobre las representaciones, los estereotipos vigentes que se renovaban cada día en el tejido social.

Quisiera dar ciertos datos útiles para contextualizar en forma mínima nuestro tema.

La coalición que llevó a Allende al gobierno comprendía los partidos tradicionales de la izquierda chilena: el partido socialista (al que pertenecía Allende) y el comunista. Más un nuevo partido, el Mapu, una fracción de la Democracia Cristiana que un año antes de las elecciones se había constituido en un nuevo partido. El MIR, partido de extrema izquierda originado en la Universidad de Concepción en el centro del país, no era parte de la UP. Le dio un sostén crítico.

Los partidos de la derecha tradicional, el Partido Nacional (conservador) y el Partido Demócrata-Cristiano (reformista y modernizador) iban a las elecciones en forma separada. Este error de la burguesía (que en 1964 iba unida y garantizó así la victoria del demócrata cristiano Eduardo Frei) es difícil de entender. Todo



habría llevado a la burguesía a prever que si los partidos tradicionales iban en forma separada, Allende iba a ganar: agravamiento de la lucha de clases en las ciudades y en el campo, impopularidad creciente de Frei en las capas populares, problemas internos de la DC y en fin, la zanja enorme que separaba la derecha (representada por el Partido Nacional) de la Democracia Cristiana y del bloque de la Izquierda con su apoyo popular. Y sobre todo las contradicciones entre las capas de la burguesía chilena.

Si bien el proyecto reformista y modernizador de Frei había realizado ciertos avances en su programa participacionista e integracionista de las capas populares urbanas, había también suscitado muchas esperanzas frustradas. Lo mismo con la reforma agraria. Frei se propuso ganar las masas rurales a la Democracia Cristiana, dando la señal de una campaña de sindicalización rural a gran escala. La reforma agraria que propició iba en el sentido de las intenciones norteamericanas expresadas en la Alianza Para el Progreso, que preveía el desarrollo de una clase media campesina apta para resistir a la radicalización del movimiento campesino en ciertas regiones de América Latina.

Así, los campesinos estaban nuevamente sindicalizados y por algunos pocos beneficiarios de esta reforma, pero frustrados porque las promesas de distribución de las tierras no habían sido del todo cumplidas. Mientras que la gran burguesía que era a la vez capitán de industria y terrateniente, consciente de la amenaza, dio durante el gobierno de Frei un salto en su modo de estructurar su resistencia a estos planes de reformas. Es importante señalarlo porque sienta un antecedente del tipo de movilización que la burguesía logró armar en octubre de 1972, durante la gran huelga patronal que contribuyó fuertemente a desestabilizar el gobierno de la UP y sobre la que tendremos la oportunidad de volver

Allende fue elegido por una mayoría relativa, lo que exigía la ratificación por parte del Congreso. La Democracia Cristiana siguió las reglas del juego. Pero Allende debió firmar un pacto constitucional. Desde el principio, Allende aceptó plenamente el rol de presidente constitucional. Estaba decidido a imponerse sobre la base de la legalidad, aun si eso significaba que debía respetar los límites fijados por las instituciones burguesas. Lo que no dejó de tener mucha incidencia en la forma en que luego encaró la política de los medios.

No voy a extenderme mucho sobre la repartición cuantitativa de los medios entre las fuerzas de la derecha y las de la UP; voy solamente a repetir que esta relación de fuerzas era muy desigual y que la importancia que la burguesía confirió a los medios de comunicación en el plano de la agitación de los grandes conceptos (libertad de expresión, objetividad, pluralismo) fue la expresión metafórica del poder real que detentó sobre ellos. Era el

dominio donde fue más fácil esconder la defensa de la libertad de la propiedad privada en nombre de la cultura, del espíritu y de los grandes principios democráticos.

Los sectores que apoyaban al gobierno tenían menos acceso a la opinión pública que los opositores. La derecha controlaba la mayoría de los diarios que circulaban en el país, a su cabeza *El Mercurio*, el representante tradicional de la clase dominante, que se presentaba como el *Times* de América Latina. Controlaba también las radios de mayor potencia.

No olvidemos la gran orquestación prestada por los fondos de la CIA y de las grandes agencias de prensa y de publicidad multinacionales, orquestación que fue objeto de revelaciones espectaculares posteriormente.

Allende respetó escrupulosamente el principio de la libertad de expresión, lo que no impidió que la derecha lo acuse de violarla en varias ocasiones.

En cuanto a los canales de televisión, que en el momento de su instauración escaparon al control directo de la burguesía -lo que creaba en Chile un paisaje audiovisual muy peculiar-, el Gobierno contó con el apoyo del canal estatal 7 (red nacional) y del canal 9, de la Universidad de Chile (provincias de Santiago y de Valparaíso). Quedaban globalmente fuera de esta órbita el Canal 13 de la Universidad Católica de Santiago y el 4 de la Universidad Católica de Valparaíso. Sin embargo, la homogeneidad ideológica no se cumplió en ninguna de estas instituciones televisivas. En efecto, el directorio del Canal Nacional de TV incluyó representantes de las fuerzas de oposición al Gobierno y esta misma situación se volvió a encontrar entre los directores de programas. De los siete más altos ejecutivos de TV Nacional, solo dos se identificaban con la UP. Lo que hizo decir a Augusto Olivares, director de este canal nacional -que más tarde moriría al lado de Allende en el Palacio de la Moneda-, que la situación era por lo menos paradójica.

Después de haber descrito el contexto de desigualdad de las fuerzas presentes y de haber señalado los límites que constreñían la libertad de decisión del gobierno de la UP en este dominio de la información y de la comunicación, se presentó la cuestión de fondo: cómo respondió la Izquierda a la famosa pregunta "¿Qué hacer?"

Este paisaje revela las condiciones de competencia en las cuales se desarrolló el proceso de cambios en los medios, que derivaron directamente de las premisas impuestas por la caracterización global del proceso nacional. Reflejan las tendencias básicas del Gobierno Popular que decidió situar el proceso de cambio en un marco respetuoso de la legalidad, de la democracia formal y del pluralismo ideológico.

"¿Que hacer?" Responder a esta cuestión se vislumbraba como difícil. Para muchos sectores de la izquierda chilena -la izquierda política e intelectual- el campo de la comunicación y de la cultura no eran prioritarios. Habían otras cuestiones que atender. Se suponía que los cambios en la superestructura derivarían más o menos directamente de las transformaciones económicas. Para estos sectores, la construcción del poder material era prioritaria.

No se puede hablar de una estrategia unificada, de un frente cultural de izquierda. El acuerdo de un frente cultural tropezó con las reticencias de los partidos que prefirieron continuar librando separadamente la lucha ideológica en los órganos de información y en las instituciones culturales que controlaban. El frente de los periodistas de izquierda (creado en medio del entusiasmo de la victoria electoral, agrupaba a los profesionales de la información de izquierda y de extrema izquierda) no llegó a ser eficaz. Y yo diría que la prensa favorable al gobierno, salvo excepciones laudables, siguió en general criterios de un periodismo populista.

Quisiera detenerme sobre la tarea cumplida en el Seno de la Casa Editorial del Estado, donde se expresó una estrategia suscrita por los partidos de la UP que derivaba esencialmente de un presupuesto de su política global, que era en estos primeros momentos de tratar de captar los sectores medios al proceso de cambio, con la intención de no asustarlos por una polarización demasiado activa. Esta casa denominada *Quimantu* (el sol del saber, en lengua indígena) pasó a ser el feudo indiscutido de la izquierda en el campo editorial. Era un aparato con una capacidad de imprimir gigantesca: de 30 a 40 revistas de 200 mil ejemplares cada semana. La situación era ahí bastante paradójica: *Quimantu* debía imprimir en las prensas del Estado revistas como las del *Reader's Digest* y las historietas de Disney que luego se preocupaba de combatir en sus propias producciones.

La mayoría de los puestos fueron distribuidos según un sistema de cuotas entre los partidos de la UP, y el MIR estaba también presente. Ahí se dieron iniciativas muy interesantes que iban a reflejar muy rápidamente diversas concepciones de la lucha ideológica.

El rasgo más significativo de aquella política fue el siguiente: apoderarse de los géneros en materia de publicaciones de revistas, apoderarse de los formatos y de los signos que la burguesía había hecho familiares para iniciar, a partir de esos soportes conocidos, reconocidos e identificables en el mercado, un proceso de apartamiento de la "ideología de las clases medias" y de apertura a los nuevos valores del proceso popular.

Esta táctica de recuperar los géneros y los formatos burgueses se justificaba a partir del hecho que la lucha

ideológica tenía que desarrollarse en un marco comercial. Se situaba el problema de la transformación de la comunicación en términos de subversión y de inversión progresiva de los signos.

Estos soportes conocidos eran las revistas infantiles, las de ídolos, las fotonovelas, las revistas de deporte, cómics, magazines, etcétera.

Esta experiencia tenía la virtud de subvertir algunas de las lógicas de los géneros de la cultura de masas, al tiempo que se reconocía el deseo del entretenimiento como una experiencia de los sectores populares a problematizar antes que a suprimir por decreto.

Para los sectores de la pequeña burguesía intelectual y militante de izquierda que emprendieron estas iniciativas, la intervención en la esfera cultural era importante para encaminar hacia un proceso de transformación global. La conciencia de la importancia de la cultura y de la lucha ideológica como un campo estratégico se había consolidado -hay que decirlo- durante la etapa anterior, la segunda mitad de los años 60, que nos había sensibilizado a una cuestión que despuntaba en las ciencias sociales en varias regiones y círculos de investigación crítica en América Latina y en el mundo: el papel de la dimensión ideológica en la reproducción y cohesión social y, rebasando el campo de lo jurídico y lo político tradicionalmente aceptado como tal, la importancia de la configuración de un campo ideológico de lo cotidiano en la estructuración del poder hegemónico, en la estructuración de la hegemonía: la cultura como lugar donde se construye la hegemonía.

La cultura cotidiana y la cultura del ocio en la que entramaban las revistas femeninas, las historietas infantiles o las revistas de ídolos eran un espacio constitutivo de visiones del mundo y formas de vida, de un imaginario, y por ende un espacio vital tanto para la reproducción social (la reproducción de un sistema social) como para su transformación. Pero el grado de radicalización que muy pronto alcanzó la lucha de clases no permitió que esta estrategia de subversión de las formas burguesas diera sus frutos. Después de las certidumbres de los primeros tiempos, apareció que las tentativas de subvertir desde adentro las fórmulas tradicionales se quedaban cortas frente a la demanda que emanaba de un pueblo que día tras día tomaba una conciencia más profunda de sus intereses de clase, y reivindicaba unos modos de expresión más acordes con la nueva realidad que creaba. A partir de las reacciones de los receptores, se vio concretamente hasta qué punto es difícil separar el contenido de la forma.

Para ponderar esta línea táctica de inversión de los contenidos, se trató siempre en esta casa editorial de abrir talleres de discusión de esta línea de transformación, abrir

células de debate en los liceos, en los sindicatos, en los centros de pobladores, para participar más directamente en un proceso de movilización y responder a un objetivo estratégico: hacer evolucionar esta línea de cambios de contenidos. Que los contenidos fueran cambiando no a partir de lo que algunos imaginaban que era un contenido de "izquierda", sino a partir de otros actores, otros productores.

Se percibió mejor hasta qué punto esta estrategia de los contenidos solapados se reveló insuficiente al radicalizarse el proceso, cuando se la confrontó al uso eficaz que la Derecha hizo de los medios de comunicación.

Se ha subrayado reiteradas veces que la derecha ganó la batalla de los medios y que estos fueron un instrumento poderoso para vencer a la UP. Se ha dicho también que el error principal de la UP estuvo, en esta como en otras cuestiones, en no haber podido definir más que de un modo confuso su política de alianzas.

Tras la derrota que sufrió en las urnas en septiembre de 1970, el desconcierto de la Derecha se manifestó en la prensa. Durante el primer año su intervención consistió en campañas de agitación que no llegaban a definir sus objetivos. Pero desde el comienzo de 1972, una vez recompuesto el bloque de la DC y de la Derecha tradicional, las fuerzas de la oposición, sobre la base de su poderoso dispositivo, cambiaron radicalmente su modelo de prensa. El marco de este desplazamiento fue, si lo describimos en términos muy generales, el pasaje de un estrategia de oposición en el sistema institucional parlamentario a una estrategia insurreccional que se resolvió finalmente en el golpe de Estado dado por las Fuerzas Armadas.

Este cambio exigió un intenso trabajo de preparación ideológica, que tuvo su expresión en las estrategias de los medios de la Derecha que modificaron los modos de interpelación a sus destinatarios. Las fuerzas conservadoras hablaban un lenguaje movilizador, y fundamentaron sus discursos hacia los diferentes grupos que constituían esas clases medias refiriéndose a sus intereses concretos y particulares, cuando la izquierda les hablaba como a un todo indistinto, haciendo suya esa noción amorfa de la opinión pública, de la que la Derecha, en tiempo de guerra, no se preocupa en absoluto.

Esta reversibilidad sobre la que estuvo basada la lucha ideológica de la burguesía puede sintetizarse como una disyuntiva entre dos formas de concebir el papel de la información dentro de una perspectiva de acción y lucha política. Cuando las clases dominantes no estaban impugnadas en sus intereses, se programaba un vacío entre información y acción. Ellas hablaban al hombre individual, al individuo segregado de su clase, a la

opinión pública concebida como suma de conciencias aisladas, que es la que respaldaba tácitamente su sistema de dominación. Cuando estuvo acometida en sus intereses, la burguesía necesitó movilizar concretamente a la opinión en torno a la defensa de su proyecto de clase. Necesitó no ya del acuerdo tácito de su clientela sino de su fuerza movilizable. De este modo, la prensa se transformó en uno de los mediadores más activos para la organización de la resistencia y de la ofensiva, superando en eso el rol de los partidos, como la propia Derecha lo reconoció.

Esta estrategia conoció su climax durante la huelga patronal de octubre de 1972. Sus medios no se refieren más a un público indiferenciado (este famoso "hombre medio" de la opinión pública), ahora pasan a interpelar a los receptores "gremialmente" con el objetivo de producir una movilización activa contra Allende a partir de intereses corporativos. "Gremialmente": es decir que los medios movilizaron sobre la base de intereses específicos, utilizando las organizaciones ya existentes, como los "gremios" que son asimilables a las asociaciones profesionales y se reivindican como independientes y apolíticos.

De este modo, todas las categorías socio-profesionales se volvieron "envites": las enfermeras, los pequeños comerciantes, los médicos, los camioneros (los que poseían un solo camión como los que poseían diez). La crisis de octubre fue el apoteosis de esta estrategia que combinó huelga, sabotajes...

El verdadero punto de partida de esta estrategia fue la gran "manifestación de las ollas" que tuvo lugar el 1 de diciembre de 1971. Las mujeres de la burguesía, respondiendo al llamado de la DC y del Partido Nacional, manifestaron blandiendo ollas para protestar contra una penuria que aún no existía.

Quisiera detenerme un momento sobre la significación de esta movilización, para destacar la eficacia de la utilización que la derecha hizo en ese momento del concepto de "feminidad", de la representación estereotipada de "lo femenino". En efecto, a partir de la tradicional asociación de lo femenino a lo doméstico, lo privado y lo apolítico, la derecha logró inocular y legitimar el acto subversivo, presentándolo como desprovisto de intencionalidad política, como la reacción espontánea del sector supuestamente el más apolítico de la opinión, preocupado únicamente por asuntos domésticos y maternos, y reunido y movilizado por el instinto natural de sobrevivencia.

Una vez electo Allende, la burguesía no podía seguir hablando en nombre de la opinión pública. A medida que precisaba su estrategia política, que no hablaba más de "mayoría silenciosa" sino que comenzaba a



analizar los sectores sociales susceptibles de ser ganados, reemplazó su noción de opinión pública por una noción que le permitía dirigirse a los pequeños comerciantes, a las mujeres, a los jóvenes... En octubre de 1972 reunió a todos los sectores que quería ganar bajo la noción de "opinión popular".

Aunque la composición de esta movilización femenina fue marcadamente de sectores medios y altos, la prensa movilizaba a estas mujeres "en nombre del pueblo". Ejemplo de como la derecha disputaba al gobierno su identificación con lo popular.

Uno de los recursos retóricos más llamativos a nivel de manipulación, utilizados durante la crisis de octubre de 1972 por la prensa de derecha, fue esta apropiación del concepto de Pueblo.

Cuando estalló la huelga patronal, la actividad periodística de la derecha se volcó monóticamente a la difusión propagandística del movimiento huelguista y a la celebración de la paralización del país. Pero logró este fin publicitario porque evacuó, escamoteó la otra cara del conflicto: la respuesta de la movilización popular, los trabajos voluntarios, la organización de los cordones industriales, la formación de los frentes patrióticos que lograron desvirtuar los alcances de la insurrección burguesa.

Octubre de 1972 significó en el terreno de las luchas un crecimiento del movimiento popular. Si bien se dieron embriones de poder popular en diversos momentos y espacios del proceso, fue en la respuesta a la crisis de octubre y en el enfrentamiento directo con los gremios que se dio el punto más alto de la movilización del pueblo para contrarrestar los efectos del paro que intentó paralizar el país.

Si bien es cierto que hubo una desorganización del poder político y social, más allá de esta desorganización hay que ver el movimiento inmenso, a menudo revolucionario, de las ocupaciones de las fábricas o de los barrios, los cordones industriales, por ejemplo en los barrios de Santiago y sobre todo en la región alrededor de Concepción, en el centro del país.

Los cordones industriales creados durante esta crisis de octubre 1972 eran organizaciones de un género absolutamente inédito, que agrupaban en un mismo espacio geográfico las fábricas, las organizaciones de barrio, las juntas de abastecimiento, los centros de madres...

En el terreno de la comunicación, fue a partir del momento en que los sectores obreros y campesinos formaron organizaciones sociales de resistencia a la burguesía -cordones industriales y comunales, comandos de

abastecimiento- que comenzó a surgir otra problemática diferente a las que se habían discutido hasta ese momento en los partidos de izquierda. La creación de nuevas formas de comunicación fue íntimamente vinculada a la gestación de nuevas formas de organización social.

Así aparecieron numerosos periódicos hechos por los trabajadores con la ayuda de periodistas militantes; la prensa de los cordones industriales que tuvo su equivalente en algunos breves programas de la cadena nacional de televisión y en toda la programación de la cadena de la Universidad de Chile, cuando en los seis últimos meses de la UP se abrió completamente a la dinámica del movimiento obrero.

En los diarios tradicionales de los partidos de izquierda, los periodistas seguían guiándose por las reglas habituales de selección de las noticias, marcadas por un cierto sensacionalismo, sin relación directa con el proceso de emancipación popular. Habían por cierto excepciones laudables que obedecían, justamente, al compromiso con el debate surgido entre las fuerzas populares .

La crítica que dirigían a esta prensa los trabajadores era que "esta prensa seguía dirigiéndose a un hombre medio". Ahora bien, decían, "ya no hay hombre medio en Chile. Es un estereotipo burgués". Un obrero, dirigente de la CUT, opinaba: "Lo que no entendí en la política de comunicación de la UP es como no se aprovechó toda la larga trayectoria histórica de la prensa obrera, de la prensa contestataria chilena. Como al acceder al aparato del Estado olvidamos nuestros modos de producción de la comunicación, que habían posibilitado al movimiento obrero su avance e, incluso, el haber ganado las elecciones. No entiendo como, en los partidos de izquierda (y él formaba parte de uno de ellos) no hubo claridad acerca de que había que apoyarse también en lo anterior para el futuro".

En marzo de 1973, seis meses antes del golpe de Estado, Allende salía victorioso de la contienda electoral de las legislativas con una mayoría de votos más alta que la con que fue elegido Presidente. El pueblo, codo a codo frente al Palacio de La Moneda, vitoreaba su apoyo con el mismo fervor que el primer día, clamando: "El pueblo unido jamás será vencido"; pero reclamando: "¡poder popular! ¡poder popular!" Allende, consciente de la disyuntiva que caracterizó este último periodo entre la demanda del pueblo que había fortalecido sus organizaciones y se había puesto en marcha, y la inclinación de su gobierno hacia una alianza con la DC para calmar el clima de agitación, dijo en una de sus últimas entrevistas: "Tendrá que ir fortaleciéndose el poder popular, no para crear un poder paralelo, pero para coadyuvar al gobierno".

Semanas más tarde, el general Pinochet entraba en el gobierno. Se sabe lo que siguió. ☹️

Comunicación, interculturalidad y género: debate sobre el futuro de la humanidad

Entrevista a Michèle Mattelart

Alexandra Ayala Marín y César Herrera

Investigadores del CIESPAL

Resumen

Conversación acerca de los paradigmas de la comunicación femenina, los géneros de ficción y la cultura de la mujer en la sociedad actual.

Palabras clave: Comunicación, interculturalidad, género.

Resumo

Falar sobre paradigmas de comunicação feminina, os gêneros de ficção e da cultura das mulheres na sociedade.

Palavras-chave: Comunicação, gênero, intercultural.

"Ya no se puede concebir el proceso de comunicación como vertical y unívoco, sino que el sujeto receptor es capaz de resemantizar los mensajes. Este término de 'resemantizar' es el gran salto que ha marcado la teoría crítica de la comunicación en todos estos años, y que ha marcado los estudios sobre las mujeres".

Michèle Mattelart

El martes 22 de marzo del 2011, un día antes de las conferencias magistrales de los investigadores franceses Armand y Michèle Mattelart, durante su visita a Quito, invitados por CIESPAL, el coordinador del Centro Multimedia, César Herrera, y la coordinadora del Área de Investigaciones, Alexandra Ayala Marín, conversaron por cerca de una hora con Michèle. Desde sus inicios hasta sus expectativas actuales, la conversación transcrita aquí permite una aproximación a los temas que han motivado su quehacer investigativo.



Desarmando el mito de la modernidad

Alexandra Ayala. Michèle, ¿cómo y desde qué punto de vista relacionas Comunicación, interculturalidad y género?

Michèle Mattelart. Hoy en día este tema de la interculturalidad ocupa una posición en el debate sobre Comunicación, sobre el futuro de la humanidad, sobre cómo se relacionan las culturas entre sí, cuáles son las generaciones de fuerza, todo en el tema de la mundialización, de la globalización cultural. En forma implícita, este tema estaba ya presente en el primer estudio sobre Comunicación y mujer; me refiero a uno de los primeros libros que escribimos con Armand (Mattelart), bajo el régimen de la Democracia Cristiana de Eduardo Frei, en Chile. *La mujer chilena en una nueva sociedad* aparece a fines de los años 60.

En esa época, la disciplina de la Comunicación no se había implantado como tal, y yo me había diplomado en Literatura comparada. Este primer estudio tenía como objetivo recoger los pareceres de las mujeres de clases populares frente a las campañas de 'descontrol' que venían impuestas por las fundaciones americanas en el marco de la Alianza para el Progreso; campañas que recurrían a mecanismos del marketing, utilizando a famosas actrices norteamericanas o a personajes famosos de la ciencia, buscando plasmar la modernidad en el control de la natalidad, y publicitar una forma de controlar los nacimientos. La mujer estaba concebida como una clienta y no como un sujeto consciente que se enfrentaba a su maternidad, su familia, su cuerpo.

Para situar un poco el cómo fue contextualizada esta campaña en los medios de América Latina, hubo la película de Jorge Sanjinés, titulada *La sangre del cóndor* (1969), que mostraba la violencia con la que estas fundaciones norteamericanas pagaban este 'descontrol'. Esta política se inscribía en lo que se han llamado los métodos del difusionismo, es decir, propagar los modelos modernos desde la cultura de los países occidentales y dominantes, concibiendo la modernidad como la difusión de los modelos del centro hacia los países periféricos. Entonces, Armand, como demógrafo, y yo, como ciudadana consciente de la violencia simbólica que esto involucraba, decidimos recoger las actitudes de las mujeres, sus respuestas a estas formas de concebir la regulación de los nacimientos, y opusimos un método que ubicaba a la mujer como sujeto. Esta fue mi primera aproximación a relacionar comunicación, interculturalidad y mujer.

La sociología funcionalista, creada en los Estados Unidos, concebía la interculturalidad como imposición de un modelo del centro hacia la periferia. Relacionando,

entonces, comunicación con mujer, me aproximé a las revistas femeninas. El concepto de la modernidad me llevó a estudiar en esa ocasión la mitología de la modernidad, aplicando, porque era la época, el método estructuralista, y partiendo del mito como noción clave para destacar que hay una reabsorción de las desigualdades, que se resuelven en este mito de la mujer que accede a la modernidad como encantamiento. Y el mito, como dice (Roland) Barthes, no concibe al otro, el mito lo rechaza.

Hoy existe una manera distinta de enfrentar este problema, que surge de esta nueva realidad del mundo globalizado, donde las culturas tienen que ver con las relaciones de fuerza que las empujan.

Cambio de paradigmas en las mujeres y la comunicación

César Herrera. Pero a veces, gran parte del discurso de esa época iba en contra de otros modelos de vida, porque las reivindicaciones de género estaban construidas desde un modelo occidental, que no necesariamente tenían correspondencia con reivindicaciones interculturales, incluso muchas veces se oponían. ¿Crees que había coherencia entre estos dos términos? ¿Cómo ha ido ese proceso entre género e interculturalidad?

MM. Creo que hay que referirse a una gran crisis que sufrió el concepto de identidad femenina. El feminismo de los 60 concibió el desarrollo de la mujer, la emancipación de la mujer, a partir de un modelo de mujer occidental, blanca, con formación, etcétera. Un gran cambio que se dio en los años 80 es lo que se puede estudiar a partir de la crisis del concepto de esencialismo: la identidad de la mujer concebida sobre la base de su naturaleza, concebida, a su vez, sobre un zócalo biológico, lo que implica una universalidad de las mujeres, y entonces, su emancipación como obedeciendo a un modelo universal.

En esa década, la influencia de los movimientos de las mujeres negras en los Estados Unidos tiene mucho que ver con el estallido de ese criterio, porque ellas rechazan estos modelos de emancipación que tenían como fuente los de la mujer blanca. Estos nuevos movimientos ya se abocan a la clase, a la diferencia de las etnias, de las razas, etcétera. Es decir, el feminismo se encuentra con la historia del colonialismo, la estructura de la sociedad en clases y la existencia de las etnias. También los fenómenos migratorios tienen mucho que ver con esto. Así, el problema de la emancipación de la mujer toma otras direcciones: ya no se trata de un modelo unívoco. Y sobre eso se inserta, además, la reivindicación de las culturas particulares.

AA. Evidentemente, ha habido cambios desde los años 60 hasta acá. Pero en lo concreto, desde ese Chile de 1963, al que ustedes llegaron, y desde esa primera investigación sobre las mujeres, ¿qué cambios, además de este resquebrajamiento -que tú bien ubicas en cuanto a la identidad de género cruzada con las diversas particularidades culturales- ves tú, pensando siempre en mujer y comunicación?

Otras formas de enfocar los géneros de ficción

MM. Evidentemente hay este gran cambio de paradigma. Después de haber visto a las mujeres como víctimas pasivas de los modelos difusionistas de emancipación, se reconoce un estatus activo al lector, al auditor, al receptor. Y este es el gran cambio que ocurre entre principios de los años 60 y mediados de los 80. Se reconoce que las mujeres pueden descifrar los signos y tener una actitud de resistencia. Ya no se puede concebir el proceso de comunicación como vertical y unívoco, sino que el sujeto receptor, el sujeto mujer es capaz de resemantizar los mensajes. Este término de 'resemantizar' se ha utilizado mucho, es el gran salto que ha marcado la teoría crítica de la comunicación en todos estos años, y los estudios sobre las mujeres. También en esta época se enfoca al sujeto mujer en la vida cotidiana y con cultura propia, en medio de la repartición de poderes con los hombres. Esta vuelta de la mirada hacia la vida cotidiana acompaña al nuevo sujeto receptor. Las dos nociones vienen conjuntamente.

Otra noción importantísima es la nueva mirada que se pone sobre los géneros de ficción tradicionalmente femeninos, la telenovela en América Latina, por ejemplo. Hay otros juicios, otra manera de enfocar estos géneros de televisión, que son los de la cultura masiva. Y la telenovela en América Latina ocupa un puesto clave en el espacio social de la comunicación. Si bien las telenovelas tienen una audiencia familiar, es un género propio de lo que se podría llamar una cultura femenina. El puesto que ocupa la telenovela como género en el espacio social de la comunicación en América Latina tiene tanta importancia, que (el antropólogo mexicano) Carlos Monsiváis pudo decir que la identidad no es una teoría sino una práctica del tiempo libre.

La interculturalidad también se puede entrever en eso, en cómo el continente latinoamericano es mucho más propenso, digamos, a la emoción. Hay investigadores latinoamericanos que tipifican, en forma simplificada, el divorcio entre Europa y Latinoamérica a través de estas dos nociones: la emoción como parte de América Latina, y la razón como parte de Europa, pero tiene cierta verdad. Y la enorme propensión de la industria cultural latinoamericana a producir telenovelas es un indicativo de esto.

Influencia de la 'cultura' femenina

CH. Ya en la producción televisiva, desde la perspectiva de la interculturalidad, ¿no es necesario hacer una revisión de formatos de producción, de géneros, de tiempos y espacios, que están basados en tiempo y espacio occidentales? Hasta los formatos tienen carga cultural muy fuerte y a veces se va a las comunidades, a otras culturas, a decir 'así se hace comunicación'; es decir, el esquema de producción está basado en dinámicas de relacionamiento occidental. ¿Cómo ves este tema? ¿Cómo repensar una comunicación más vinculada a nuevas formas y ritmos, más cercanos a estas culturas?

MM. Tocaste un tema que siempre tuve presente. Yo me refería al estudio que hice para la UNESCO sobre mujeres e industrias culturales; a la posibilidad, justamente, de ver en la temporalidad femenina una salida a la necesidad de contemplar otros ritmos para la producción de géneros televisivos y de formatos. Estas ideas se refieren a la violencia simbólica que impone este tiempo de cultura occidental, muy marcada por la impronta tecnológica. Hoy en día, hay investigadoras que trabajan sobre este tema, particularmente en España, son muy sensibles a esto de cómo rescatar ciertos valores de la feminidad que se podrían decir tradicionales. Pero dejando de lado lo tradicional, y lo que implicaría como opresión, se pueden rescatar los valores de otra temporalidad, la lentitud, por ejemplo. Y eso está involucrado tanto en el cambio de mirada política para el desarrollo de las sociedades, como en la necesidad de implantar políticas del *care*.¹

Esta noción del cuidado viene del valor que se da a la maternidad. Cómo la mujer, biológicamente, puede crear otro ser -no lo crea sola, evidentemente, pero es ella quien da a luz- esto implicaría, según estos desarrollos teóricos, que la mujer tiene en ella la idea del "otro", que está más próxima a la gente. Y de allí se podría sacar esta idea para implantarla a nivel de políticas sociales de servicio hacia los demás, y no a enfocar estas políticas con la frialdad de las administraciones públicas. Es decir, a partir de la cultura femenina -aunque esto arriesga mucho porque se puede pecar de esencialismo- habría que rescatar la idea de otra forma de concebir las políticas de los Estados.

AA. Desde ese punto de vista, ¿cómo llevar los conceptos a la práctica? ¿Cómo hacer una comunicación intercultural que, ubicándonos frente al desarrollo actual de las nuevas tecnologías y los cambios que implican,

¹ La entrevistada se refiere al término en inglés, que significa cuidado. Más concretamente, la economía del cuidado cuyo objetivo es reconocer el trabajo que realizan las mujeres en sus tareas de cuidar a diversos miembros del núcleo familiar, no solo a los hijos sino a personas mayores y/o con alguna discapacidad.



siga considerando las particularidades del concepto género, que nos sitúa en las relaciones de poder entre hombres y mujeres. ¿Cómo hacer una comunicación para las mujeres sobre las mujeres, que considere sus derechos y los derechos de la interculturalidad, o sea, los derechos de las diversidades?

MM. Es una reivindicación cada vez más sentida como clave: la necesidad de recoger la pluralidad de las voces, de las culturas. Yo también me pregunto cómo plasmarla en la realidad del quehacer comunicativo. Creo que para eso hay que discriminar entre los dispositivos tecnológicos dominantes y los medios de los cuales se dota la sociedad civil. Por ejemplo, las mujeres se distinguen cada vez más como escritoras, como profesionales de lo audiovisual, de la comunicación radiofónica, del cine. Yo no conozco muy bien la realidad ecuatoriana, pero puedo estar segura de que hay cada vez más mujeres entre las profesionales. Una mujer ecuatoriana también puede querer recoger todos los criterios de la competencia internacional, de admitir como preferente el tema de la rapidez, de este corte del tiempo muy acelerado en la televisión, como son los tiempos de las telenovelas brasileñas que están a la altura formal de la máxima cultura occidental; entonces, esta mujer capacitada puede ser muy atraída por este nivel del desarrollo del relato occidental, que viene a establecer pautas universales. Pero creo que dentro de la complejidad de lo que implica la resistencia a la globalización cultural, hay reivindicaciones en cuanto a la necesidad de responder a otras culturas, a otras formas culturales que implican otros tiempos.

En la Convención de la UNESCO hay, por ejemplo, el reconocimiento de las culturas singulares, que tiene que ir con el reconocimiento de otras formas del relato. En Francia hoy, las películas que merecen la mayor aceptación en algunas publicaciones -que evidentemente son culturalmente más avanzadas, más democráticas, más abiertas a estos conceptos de la renovación cultural, de la mirada no etnocéntrica- son las que vienen de culturas no occidentales, las películas de Corea de Sur, por ejemplo. Acabo de ver *Poetry*, un hermoso filme que no recurre a ninguna de las técnicas de Hollywood; es un relato muy bien concebido que respeta justamente esta lentitud, y se ven allí otras formas de concebir un relato cinematográfico. También hay películas de Latinoamérica; acabo de ver una de un cineasta chileno, titulada *Nostalgia de la luz*, que incorpora otros elementos, y uno ve otra manera de hacer, otra forma de concebir la inspiración.

CH. Cierto es que hacer una comunicación de género e interculturalidad implica nuevas dinámicas, nuevas formas de ver el mundo y de hacer comunicación. ¿Cómo ves esto frente a las nuevas tecnologías? ¿Van a abrir

nuevos espacios o van a uniformizarnos, globalizarnos en un solo sentido? ¿Cómo crees que podría avanzar esto que dices en el nuevo escenario que marcan el Internet y las TICs, pensando en estas particularidades de interculturalidad y de género?

MM. Creo que siempre hay el peligro de que uniformice. Es un desafío que planea sobre todo el desarrollo de las nuevas tecnologías; pero en el caso de Internet, prefiero pensar que es distinta la forma en que las mujeres se han apropiado de estas nuevas tecnologías. Siempre hay el riesgo de que nada nuevo surja de allí, y la posibilidad de que al ser tecnologías que rompen con un aparato muy pesado, muy exigente, como formas de producción, están más al alcance de las mujeres. Aunque no hay que ver a las mujeres como más propensas a utilizar lo ligero. Es que siempre estamos frente al riesgo de tener muchos estereotipos, pero yo pienso que los hombres pueden ser tan capaces como las mujeres de utilizar en forma renovada estas nuevas tecnologías.

AA. Para abonar a este tema, el año pasado en CIESPAL realizamos una investigación sobre ciberactivismo de organizaciones políticas y sociales en Ecuador, y resultó que ninguna de las seis organizaciones de mujeres incluidas en la muestra tenía presencia en el Internet. Son mujeres de la generación de los años 50 hasta la de los 80, que participaban muy eventualmente de alguna red social como Facebook. En cambio, unas estadísticas que revisamos destacaban que, en un momento determinado, las mujeres superaron ampliamente a los hombres en participación en las redes sociales. Nos preguntamos, entonces, ¿por qué ese desfase entre individuos mujeres y organizaciones, si era un problema de generación o de género?

MM. Es un problema de generación, no de género. Creo que es importante hacer la diferencia entre las jóvenes mujeres y los hombres también jóvenes. Yo me he dedicado a estudiar más bien la diferencia de uso de las nuevas tecnologías entre los niños y las niñas, pero otro punto sería ver a las mujeres como individuos en las redes sociales. El ejemplo de las revueltas recientes en los países árabes mostraba en primer plano a individuos mujeres. Ellas, en esos contextos donde son más rezagadas, están en el primer plano de las reivindicaciones políticas, tienen una posición que llama la atención,

AA. Hablando del mundo árabe, ¿eres optimista frente a la situación actual?

MM. Creo que el feminismo juega su carta allí, porque evidentemente son estas mujeres, con una vida de más opresión, que ponen los gérmenes de un deseo emancipación, lo cual significa mucho. Creo que les toca a ellas levantar las nuevas banderas. 🌟



Diez aprendizajes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, América Latina y Caribe (AMARC ALC)

Ernesto Lamas

Fundador de FM La Tribu

Resumen

Aprendizajes y retos de las radios comunitarias a lo largo de las dos décadas y más de creación de AMARC ALC.

Palabras clave: AMARC ALC, radios comunitarias, comunicación popular.

Resumo

Lições aprendidas e os desafios das rádios comunitárias ao longo das duas décadas e construção de AMARC ALC.

Palavras-chave: AMARC ALC, rádios comunitárias, a comunicação popular.

1. Red-movimiento

AMARC ALC es una red que expresa al movimiento social por la democratización de las comunicaciones. Esta concepción no fue natural, ni dada, ni fundacional. Es parte de un proceso de discusión sobre los objetivos de un espacio conformado por múltiples colectivos e individualidades. Desde su creación a nivel internacional en Canadá en 1983 hasta su última asamblea en 2010 en Argentina, los distintos ámbitos que conforman AMARC han definido sus objetivos, propósitos y formas de llevarlos adelante en interacción con una

realidad latinoamericana en la que se superponen las desigualdades del sistema social y las fuerzas creativas de las resistencias que prosperan en sus territorios.

AMARC ALC es una red. Una red en tanto espacio social conformado por la interacción múltiple, simultánea, redundante, incontrolable de radios, televisoras, centros de producción, asociaciones, redes nacionales y personas asociadas. Encuentros, conversaciones, actividades, intercambios, comunicaciones formales e informales crean a diario una identidad compartida que articula propósitos, intereses, acuerdos, disensos y también disputas.



La Declaración final de AMARC 10 afirma: "No hay democracia sin la expresión de las diferencias, sin la circulación de la crítica, sin la confrontación apasionada, sin la experimentación política, sin la explicitación de los objetivos y las perspectivas contenidas en los debates de la sociedad. Las radios comunitarias son lugares estratégicos para la emergencia de las diferencias y de los acuerdos en el espacio público, condiciones indispensables para construir la democracia."¹ Reivindicar la vitalidad de lo político, frente al discurso neoliberal que logró instalar la idea de que la política es algo oscuro y sucio de lo que deben ocuparse unos pocos, es central a la hora de pensar/se en el trabajo en red.

2. Red-organización

La red como emergente de un movimiento social requiere modos organizativos coherentes con los objetivos políticos culturales de ese movimiento.

Construir modos organizativos basados en la democracia interna y la participación y, al mismo tiempo, eficaces para abordar los objetivos, se ha identificado como necesidad prioritaria de la red. Estos modos organizativos están en permanente construcción en la medida en que lo que ayer funcionaba o parecía funcionar se torna ineficaz o insuficiente.

Articular red e institucionalidad de manera que una y otra se encuentren en una relación que promueva el fortalecimiento de las radios comunitarias y el ejercicio pleno del derecho humano a la comunicación se transformó así en la prioridad.

AMARC ALC se plantea como horizonte la construcción de un espacio político comunicativo autónomo. Como red que integra a cientos de proyectos de comunicación comunitaria, popular, ciudadana AMARC ALC se propone constituirse en una plataforma de acción, aprendizaje, construcción de saberes y fortalecimiento de las potencialidades de intervención e incidencia. Un espacio entonces que debe ser capaz de procesar los cambios del entorno, tomar decisiones, garantizar su continuidad.

Al mismo tiempo, estas garantías de continuidad y de fortalecimiento de las capacidades de la organización para cumplir sus objetivos deben consolidarse a nivel de la Asociación y no de las personas que temporalmente ocupan lugares de liderazgo o espacios de trabajo. La autonomía política, comunicacional e institucional de organizaciones de la sociedad civil como AMARC ALC no puede pensarse a partir únicamente de las personas que ocupan determinados lugares. Estas capacidades y condiciones deben constituirse en algún tipo de institucionalidad.

Este tipo de construcción implica la necesidad de procesar las transformaciones del entorno y de sus integrantes

para ir adoptando decisiones y líneas estratégicas como un todo, no como una suma más o menos armónica de cada una de las partes.

En tanto AMARC ALC se concibe prioritariamente como una red, la tarea principal de sus instancias institucionales es garantizar que la misma dinámica de la red como tal sea posible. Es decir, que tenga condiciones de posibilidad.

En este sentido, las formas institucionales son respuestas temporales a la tensión red- institución que permiten un funcionamiento y el desarrollo de los objetivos. Pero nunca deben convertirse en solidificaciones inmodificables que detengan ese desarrollo.

Por lo tanto, es necesario que esa institucionalidad siempre deje un espacio abierto a la emergencia de la red. A la problematización, a la puesta en cuestión, a los aportes, a la visibilización de perspectivas antes no tenidas en cuenta. Debe garantizar un espacio público plural, diverso, equitativo en el que nuevas tendencias puedan emerger y ser fundantes de nuevas institucionalidades.

3. Red-diversidad

"Construir en la diversidad" es uno de los eslóganes de la sociedad civil organizada. Su realización concreta requiere mucha más energía que la que se necesita para escribir un texto. Construir en la diversidad no implica sumar puntos de vista sino articularlos productivamente. No significa "respetar las diferencias" sino comprenderlas en su sentido más profundo.

La construcción desde la diversidad es uno de los principios orientadores de AMARC ALC como componente central de su misión político cultural. A la hora de construir un modo de trabajo, ese elemento genera permanentes desafíos en todas las instancias.

Hacia el interior de la red, asumir la diversidad de historias, miradas, modos de hablar, de vivir, de relacionarse implica un complejo proceso de transformación de las subjetividades. Asumir la diversidad con profundidad es mucho más que enunciarlo como una formulación políticamente correcta. Es aprender a trabajar, a ser, a estar, a hacer con otros y otras.

Las mujeres y hombres que ocupan con continuidad o alternancia los lugares de representación política y/o de trabajo ejecutivo de la red provienen en su mayoría de proyectos de comunicación comunitaria, popular, ciudadana de la región. Proviene pues de países, regiones, militancias políticas, identidades culturales, lógicas de trabajo, intereses, motivaciones muy diversas. Los proyectos a los que pertenecen y, en el caso de los/as representantes políticos, el conjunto de radios comunitarias y otros proyectos de comunicación



alternativa que representan son muy diversos. Esa diversidad es un elemento que actúa en los procesos de gestión de la red, que debe ser tenido en cuenta.

4. Red-cambio

Las redes están en continua transformación. Nuevos nodos se integran generando nuevos procesos. Los cambios en el contexto impactan sobre sus objetivos. La resolución de los conflictos va creando nuevos escenarios organizativos. En algún lugar de América Latina y Caribe, la red siempre se está transformando.

Comprender al cambio como una de las características de la red es un aprendizaje continuo ya que siempre es difícil desprenderse de lo que se ha sido, hecho o conseguido para arriesgarse a las transformaciones ya sea en términos organizativos como en los horizontes políticos. Aprender a cambiar sigue siendo un desafío permanente.

No siempre el cambio se da en un sentido evaluable como positivo, también hay retrocesos y contramarchas. Sofía Hammoe, actual directora del Programa de Gestión de AMARC ALC señalaba a propósito del vigésimo quinto aniversario de la red: "En estos últimos veinticinco años el mundo atravesó muchos cambios, los paradigmas se han transformado. En AMARC las cosas también fueron cambiando. La asociación fue creciendo y ese crecimiento se dio colectivamente. Fue traumático, como todo crecimiento, pero en forma colectiva, y eso es sumamente destacable no sólo para AMARC como institución sino, especialmente, para las radios comunitarias que la integran. En Brasil, por ejemplo, tuvimos algunos momentos en que la actuación en red se paralizó."² Hoy AMARC Brasil es un espacio reconocido como actor político y social en ese país, con más de cincuenta organizaciones asociadas como consecuencia del trabajo de articulación llevado adelante en los últimos años.

El desenvolvimiento de la red no es lineal, no puede serlo. Como tampoco lo es el de los proyectos de comunicación que la integran: "Las radios comunitarias se forman como espirales. Puede parecer que pasamos todos los días por el mismo lugar -las mismas palabras, los mismos desafíos, los mismos problemas- o podemos creer que avanzamos directamente hacia nuestros objetivos. Sin embargo, nuestros recorridos no son un círculo ni una línea recta. Recurrimos, repetimos, nos arrepentimos, pasamos cerca de un punto, nos alejamos, transitamos por donde antes ya anduvieron nuestros compañeros. El comienzo puede estar en el punto inicial o en cada una de las curvas que agrandan la trayectoria."³

5. Red-compañía

Construir una red es construir compañeros/as. El encuentro de comunicadores/as que genera AMARC

ALC da lugar no solamente a un espacio organizado con objetivos y planes de trabajo: AMARC ALC es un espacio para el encuentro, para imaginar proyectos y compartir ideas de futuro.

La red es un espacio para reconocerse compañeros/as de un movimiento, para trazar el mapa de lo que une a las y los radialistas que se desperdigaron por todo el continente. La red construye solidaridad, un ponerse-en-lugar-del-otro/a que se activa cuando la casa de un comunicador hondureño es incendiada, cuando un terremoto daña al pueblo haitiano. Y también cuando una emisora festeja un nuevo aniversario o comparte una nueva solución para un viejo problema.

6. Red-conflicto

Muchas veces se cree que el conflicto dentro una organización es una mancha, algo que debería evitarse o contenerse porque se lo representa como algo negativo y perjudicial.

Sin embargo el conflicto es constitutivo de todo espacio organizado. Construir una red es aprender a atravesar conflictos de manera grupal. Algunos pequeños, otros de gravedad. Atravesar los conflictos y construir soluciones -siempre temporales- a la conflictividad es que lo que construye la fortaleza de una red.

La restitución del conflicto como elemento constitutivo de las dinámicas sociales es parte de una tarea minuciosa por recomponer lo político como escenario de la vida cotidiana. Negar el conflicto, o representarlo como la contracara de la convivencia armónica, es anular la politicidad de la vida en común. No hay trabajo en red sin conflicto, como no hay experiencias grupales sin conflictos. Lo que hace a la identidad de un espacio es cómo aborda esa conflictividad y como va procesando eso que aparece como tensión, disputa, desacuerdo, y también como competencias o egoísmos, para transformarlo en momentos de reflexión, pensamiento y toma de decisiones.

7. Red-gestión integral

Hace ya quince años que AMARC ALC comenzó a proponer una perspectiva sobre la gestión integral de las radios comunitarias que permita abordar las dimensiones políticas, comunicacionales, organizativas y económicas de estos proyectos como un conjunto articulado y posible de ser pensado y proyectado a futuro.

Como síntesis de tres años de trabajo de campo, sistematización y aportes desde distintos espacios, en 1998 se escribe y publica el *Manual de Gestión de la radio comunitaria y ciudadana* que propone una perspectiva sobre la gestión integral. En este texto



aparece por primera vez de manera sistemática la propuesta de trabajo en cuatro dimensiones: "La gestión de la radio es una compleja trama en la que se tejen y entrecruzan acciones, modos de actuar y maneras de entender y entendernos. La gestión implica un modo de comprender y de hacer nuestros proyectos desde una perspectiva político-cultural, comunicacional y empresaria. La articulación de estas tres miradas conforma el proyecto institucional de la radio comunitaria y ciudadana."⁴

En el Manual y en la enorme cantidad de talleres de gestión que comenzaron a realizarse en gran cantidad de países latinoamericanos se comenzó a trabajar especialmente en la idea de que los modos organizativos de los proyectos comunitarios deben ser coherentes con los objetivos políticos declarados por esos mismos proyectos: "Diseñar la gestión de la radio comunitaria y ciudadana significa hacer operativos los objetivos político culturales, comunicacionales y empresarios a través de un modo de organización que se apoye en la comunicación y en la participación."⁵ A través de estos dos ejes se sistematizó una propuesta para la gestión que no pretendía constituirse en una receta sino más bien en un conjunto de nociones, reflexiones y herramientas que contribuyeran a consolidar a las emisoras tanto en su dimensión político cultural y comunicacional como en su constitución como organizaciones en condiciones de llevar adelante sus objetivos de transformación social en el marco de contextos organizacionales democráticos, participativos, no jerárquicos, no machistas, que no reprodujeran hacia el interior de las organizaciones las desigualdades que esas emisoras denuncian en su aire radiofónico.

Lógicamente, esta perspectiva también tuvo consecuencias en el modo de gestionar la red ya que sistematizar una perspectiva sobre la gestión integral de las radios comunitarias significó para AMARC ALC encontrar una manera de abordar su propia construcción. En este sentido, la sistematización de saberes que se hizo en torno a la gestión de las radios comunitarias permitió construir un marco de referencia para los procesos de trabajo dentro de la red.

Con el transcurso del tiempo, abordar la construcción de la red a partir de una perspectiva de gestión integral permitió consolidar sus intenciones políticas en modos de organización y trabajo orientados por objetivos y dar pasos significativos en la construcción de un modo de gestión que pueda articular eficacia, incidencia y participación en una propuesta organizativa sostenible. Buscar formas organizativas que resuelvan la tensión entre eficacia y democracia al interior de redes de la complejidad de AMARC ALC sigue siendo un desafío constante al que se enfrentan las y los protagonistas de este tipo de acciones colectivas

8. Red- descentralización-aprendizajes

Construir procesos de trabajo que sean emergentes de una red que nuclea a más de 500 asociados directos (alrededor de 2.000 indirectos), de los cuales al menos un tercio de ellos tienen una participación activa y periódica en las decisiones que se toman en sus distintos espacios y niveles, supone una tarea para la cual no hay fórmulas ni formas pre establecidas. La problemática de la participación en una red masiva y distribuida a lo largo de veinte países es un eje constante de reflexión-acción, que funciona complejizando el escenario de la gestión. El desafío permanente es garantizar el espacio para que las voluntades de participación tengan espacios concretos y reales para desenvolverse.

La descentralización del trabajo es una característica estratégica del periodo refundacional iniciado a nivel latinoamericano en 2003. La descentralización niega la idea de una coordinación ejecutiva centralizada al mismo tiempo que niega la idea de que sólo cierto tipo de expertos pueden llevar adelante procesos de gestión eficaces. Por el contrario, la descentralización viene demostrando que procesos múltiples, que consideren las improntas locales, los saberes provenientes de distintas disciplinas, el trabajo equitativo de mujeres y hombres, los distintos grupos étnicos, pueden construir procesos de gestión eficaces a partir de objetivos en común.

La participación está estrechamente relacionada con procesos de aprendizaje. El aprendizaje-en-red en tanto saberes, modos de hacer, metodologías, capacidades y competencias que se van construyendo en la interacción, en el intercambio, en la búsqueda común de soluciones y también de construcción de nuevos problemas, es un aspecto central de las redes que desde la sociedad civil se plantean tanto la transformación de los escenarios socio políticos como de las subjetividades individuales.

La atención a los procesos de aprendizaje-en-red es un eje entonces que los procesos de gestión no pueden eludir en ninguna de sus etapas (diagnóstico, planificación, evaluación).

9. Red- comunicación

Objetivos como participación, democratización, descentralización e incidencia son imposibles de realizar sin condiciones comunicativas que creen el espacio para las conversaciones colectivas.

La comunicación no es únicamente transmisión de información, si bien ésta siempre es indispensable, sino fundamentalmente construcción de sentidos. Sentidos en torno a la red y a sus líneas de trabajo que se desatan a partir de las lecturas de los contextos, los debates en torno a las perspectivas políticas y comunicacionales, los imaginarios del futuro.



En este sentido, la puesta en común de reflexiones, discursos, miradas, experiencias en torno tanto a la comunicación comunitaria como a diversas situaciones del contexto es una prioridad permanente en la gestión de AMARC ALC.

En este terreno, la extensión del acceso a las tecnologías digitales -principalmente a Internet y el correo electrónico- ha tenido un enorme impacto en la dinámica de la red. Tal como lo ha descrito Manuel Castells, "las redes sociales son tan antiguas como la propia humanidad, pero han cobrado nueva vida bajo el informacionalismo porque las nuevas tecnologías realzan la flexibilidad inherente a las redes, al tiempo que solucionan los problemas de coordinación y gobierno que, a lo largo de la historia, lastraban a las redes en su competencia con las organizaciones jerárquicas."⁶

Considerar a la comunicación como un pilar de los procesos de gestión implica no solamente preocuparse y ocuparse de que la información circule y se distribuya horizontalmente sino también prestar especial atención a los espacios de encuentro de las y los integrantes de la red en todos los niveles. En espacios de formación y capacitación, en coberturas especiales, en misiones cuando determinadas situaciones nacionales lo requieren, en eventos de la sociedad civil, etcétera, se trata de promover el encuentro, la conversación, la puesta en común, el intercambio como bases primordiales de cualquier acción colectiva.

10. Red- radio

Si el propósito de AMARC ALC es ser una red de proyectos de comunicación comunitarios, alternativos, populares -y no una organización que se constituye independientemente de estos- su dinámica debe superponerse a la dinámica de las radios asociadas, no sustituirla.

La radio, lo radiofónico, lo sonoro, como parte constitutiva del proyecto de las organizaciones que integran AMARC ALC no debería ser atropellado por la cotidianeidad del trabajo institucional o por la participación de la red en foros internacionales.

El carácter multiplicador, democratizador, lúdico, musical de la radio comunitaria debe ser la sangre de la red. Esta vitalidad sólo puede estar dada en la medida en la que las asociadas decidan ser parte de la red en el sentido más cabal del término. Por supuesto, este *ser parte* implica decisiones políticas y también la necesidad de (re)plantearse qué es participar, cómo se es parte de una red, cuáles son los niveles de corresponsabilidad. En la medida en que una tradición predominante en otros tiempos instaló a las redes como proveedoras de servicios para sus asociados, ciertos imaginarios sobre

qué es espera de una red también deben ser puestos en común para problematizarlos y re pensarlos a la luz de los nuevos escenarios de participación política.

La red debería ser tan abierta como la más abierta de las radios asociadas, tan creativa como la más creativa y tan incidente como la de mayor incidencia. La red no debería ni vanguardizar procesos ni ralentizarlos, no debería transformarse en una gran estructura con asociadas que no logran pagar la luz ni ser tan austera al punto que eso le impida accionar con eficacia.

En síntesis, la red se mueve siempre en un escenario de tensiones posibles de enunciar en el momento de los diagnósticos pero hiper complejas a la hora de sumergirse en ellas para fortalecer la democratización de las comunicaciones en América Latina y Caribe.

Diez retos de las Radios Comunitarias

1. Radio- época

Las radios comunitarias, populares, alternativas se han caracterizado desde sus inicios en la región latinoamericana (al promediar la década de 1940) por construir sus proyectos político comunicacionales en relación con los contextos locales y globales en los que se insertan. Este diálogo se constituye como un desafío constante.

Continúa siendo necesario profundizar la capacidad de poner en relación el proyecto histórico de las radios comunitarias y populares de América Latina con el contexto latinoamericano y con las tendencias globales que atraviesan a las sociedades. Leer el contexto "comunitariamente" para tejer acciones locales-globales.

En una ponencia enviada a AMARC 10 el sociólogo belga Armand Mattelart afirma: "Quienes hemos participado en los debates y propuestas sobre la comunicación y la cultura que se gestaron desde el primer Foro Social Mundial de Porto Alegre, podemos dar testimonio del lento proceso de maduración en relación con el lugar estratégico de la comunicación en el pensamiento del conjunto de los movimientos sociales. Los radialistas han contribuido a romper con la visión instrumentalista tanto de la comunicación como de la(s) cultura(s) en las que, durante decenios, sectores importantes de las fuerzas progresistas se enfrascaron, reproduciendo al nivel de sus organizaciones las mismas relaciones verticales que estigmatizaban como feudo del sistema hegemónico. Han contribuido en el seno del conjunto del movimiento social a ubicar las problemáticas comunicacionales en el centro de las interrogaciones sobre el funcionamiento de la sociedad democrática. El movimiento radialista, fuerte consecuencia de una acumulación de experiencias militantes y profesionales extremadamente variadas,



ha logrado constituirse en sujeto histórico, una nueva especie de "intelectual colectivo" que ha logrado cruzar una perspectiva global y estructural con un anclaje profundamente local y cotidiano. No hay mejor prueba de esta dinámica que el hecho de que esta décima asamblea esté ubicada bajo el signo de la socialización de los saberes mutuos. Recobrar memorias y compartir conocimientos y experiencias del movimiento de radios comunitarias latinoamericanas con África, Asia, Europa y Norteamérica, y al mismo tiempo definir cómo AMARC está presente en más de 120 países, respetando la asimetría del desarrollo de las formas de conciencia y de acción, según los diversos contextos. Esta creencia arraigada en la necesidad de entretejer pacientemente conexiones fuertes o de alta intensidad y de larga duración contrasta con la mitología tecnodeterminista de las conexiones débiles o de baja intensidad que incita a pensar que la herramienta de la llamada "revolución Twitter" bastaría para construir un vínculo durable y cambiar las relaciones de fuerza entre el sistema y los movimientos antisistémicos.⁷

Un escenario global que sigue requiriendo de debates políticos que permitan construir hipótesis para la acción.

2. Radio-sujetos

El proyecto histórico de las radios comunitarias latinoamericanas siempre ha puesto más énfasis en la "incidencia" de las radios comunitarias en sus contextos que en las mismas radios comunitarias como procesos de creación de subjetividades, de transformación subjetiva de los modos de vivir, de ser, de trabajar. Como espacios que son en sí mismos capaces de transformar los modos de ser de los sujetos en su entorno y en su época.

En una entrevista con *En Tránsito*, una de las radios comunitarias emblemáticas de la Argentina sus integrantes señalaban:

"Romina: Cuando llegué, yo no sabía qué era una radio cooperativa ni qué era una radio comunitaria. Para mí esta era una radio de Castelar, nada más. Me acerqué más por una curiosidad profesional que por otra cosa. Con el tiempo de estar acá empezaron a surgir palabras raras para mí como "gestión horizontal", "una voz, un voto", "comunicación participativa". Todas cosas que por la cultura de mi vida previa no las tenía y ahí, cuando las conocí, pude elegir las. Mi perspectiva pasó de un plano a otro. De creer que estar acá me iba a servir para el curriculum a creer que con mi trabajo podía generar acciones con otros que pueden incidir para mejorar la calidad de vida de las personas.

Facundo: Yo trabaja en una radio de San Justo sin importarme mucho la visión política que tenía esa radio. Y cuando caí acá fue similar. Al principio venía, hacía mi programa y me iba. La elección pasa cuando te empezás a

apropiar del lugar en el que estás trabajando. Te empezás a apropiarse después de venir todos los días, de sentir que el flaco que está al lado tuyo respeta tu trabajo y de sentir que no estas haciendo un programa de radio sino que estás construyendo una radio. Ahí yo elegí *En Tránsito*. La elección es trabajar con la gente que quiero, con mis amigos y hacerlo desde otro punto de vista: sentir que otra comunicación es posible, solucionar desafíos y construir colectivamente.

Bruno: Yo creo que por lo menos en la última etapa, la gente que se ha incorporado a la radio no viene con una conciencia política previa sobre el proyecto. Hay una característica de esta radio, supongo que de todas las radios: son un espacio de formación y desarrollo no solamente en lo profesional sino en lo político también. Para mí la radio fue encontrar el espacio de expresión para vincular la teoría con la práctica. Todo lo que uno puede traer de afuera, su formación política o educacional, poder llevarlo a la práctica con otros pares.⁸

Este aspecto de la experiencia de ser parte del proyecto de una radio comunitaria es constitutivo de estos espacios y en este sentido merece ser puesto en primer plano.

3. Radio -narraciones

Desde Belén de los Andaquíes en Colombia llega el testimonio de la Escuela Audiovisual Infantil: "Dice Alirio González: «El mundo se mueve por las historias». Entonces, cuando se anima a sugerir una tarea para las y los comunicadores sociales que quieren aportar a la transformación, propone la de compartir herramientas para que los pueblos, para que la misma gente, cuenten sus historias. «Los medios de comunicación latinoamericanos, los populares, los alternativos tienen que aprender y enseñar con la gente a descubrir normas narrativas. Porque los grandes medios comerciales, las grandes cadenas, tienen sus universidades y sus academias diseñadas para que la gente aprenda eso y nosotros estamos obligados a descubrir nuestras formas de comunicarnos. Es una obligación, si no siempre vamos a estar en las escuelas de comunicación con un esquema narrativo que nos cuenta un sabio que finalmente viene de CNN. Y la gente tiene derecho a contarse.»⁹

Contar. La relación entre contarse (a sí mismo) y contar (para los otros) debería ser profundizada desde lo radiofónico. La radio continúa siendo un medio poderoso para la elaboración y multiplicación de los relatos de los habitantes de nuestro continente ya que como señala María Cristina Mata: "La constitución del poder ha estado siempre articulada con la capacidad de establecer las reglas del comunicar. Y las luchas por el poder siempre han sido luchas por conquistar o reconquistar la palabra."¹⁰

En virtud de este desafío constante adquiere sentido la conceptualización de Martín-Barbero en torno a la polisemia en español del verbo *contar*. "(...) toda identidad se genera y constituye en el acto de narrarse como historia, en el proceso y la práctica de contarse a los otros. Que es de lo que nos habla la preciosa polisemia en castellano del verbo contar. Pues contar significa narrar historias pero también ser tenidos en cuenta por los otros, y significa además hacer cuentas. En ese sólo verbo tenemos la presencia de las dos relaciones constitutivas. En primer lugar la relación del contar historias con el contar para los otros, con el ser tenidos en cuenta. Ello significa que para ser reconocidos por los otros es indispensable contar nuestro relato, ya que la narración no es sólo expresiva sino constitutiva de lo que somos tanto individual como colectivamente. Y especialmente en lo colectivo, las posibilidades de ser re-conocidos, tenidos en cuenta y de contar en las decisiones que nos afectan, dependen de la capacidad que tengan nuestros relatos para dar cuenta de la tensión entre lo que somos y lo que queremos ser."¹¹

¿Cómo se construyen las narraciones radiofónicas comunitarias en los rincones latinoamericanos? ¿Cómo dialogan con la cultura de masas para disputar los imaginarios que constituyen los sentidos de una época? Se trata de espacios de pensamiento- acción que las radios comunitarias hoy deben abordar con renovada energía.

4. Radio -dicciones

Los modos de hablar, nombrar, pronunciar. La radio nos brinda una enorme posibilidad de armar "palimpsestos contemporáneos"¹². De hacer crecer el espacio para las formas múltiples, diversas, divergentes de expresarse. Las radios tienen todavía mucho trabajo por hacer en el plano de la disputa por la construcción local-global de las identidades, los proyectos políticos, los horizontes culturales.

En este sentido señala el argentino Alejandro Kaufman: "Los medios alternativos tienen la posibilidad de discutir los modos de uso de las transformaciones tecnológicas. No solo en cuanto a las orientaciones programáticas sino a las formas de la comunicación. Las formas del consumo están ligadas muy fuertemente a la temporalidad: a dividir el tiempo humano en fragmentos que pueden ser objetos de transacciones. Todo lo que uno haga por discutir esas barreras estéticas, geográficas o arquitectónicas va a remodelar el medio y la relación con la comunidad y va a establecer un tipo de relación que se aproxime a la experiencia de la fiesta, de la comunión, de la comida en común."¹³

La politicidad de esta experimentación es remarcada por María Cristina Mata: "Las emisoras comunitarias, las emisoras populares no podrán incidir en la transformación

de los poderes hegemónicos si no producen reflexiones y experimentaciones sobre las dimensiones sensibles del comunicar. El poder, los poderes, también se han afirmado y se siguen sosteniendo a partir de cánones estéticos, de modalidades legitimadas de entretención, de una lógica clasista del gusto, de unas compartimentaciones generacionales de los hábitos. Allí también hay que romper prejuicios, silenciamientos, esquemas. Pero para eso no sólo hay que saber producir; hay que saber escuchar a esos múltiples y variados y variadas otros y otras con quienes se busca construir una palabra adversativa. Una palabra cuya radicalidad no pase fundamentalmente por la originalidad y lo avanzado de las propuestas, sino por su capacidad de producirlas colectivamente."¹⁴

5. Radio -autogestión

Durante muchos años, el proyecto histórico de las radios comunitarias marcado por la participación de la Iglesia Católica y la militancia política no privilegió la necesidad de construir emisoras autogestionadas tanto organizativa como económicamente. La organización y la economía siempre fueron vistas más bien como un mal del que había que ocuparse *para* sostener los proyectos radiofónicos. Esta instrumentalización de los aspectos organizacionales y económicos contribuyó a su comprensión como elementos inseparables de los proyectos políticos y al muchas veces desesperado intento de tratar de adecuar modelos de otros espacios sociales a la gestión de emisoras comunitarias.

Los esfuerzos que se vienen haciendo para que se conciba a la economía de los proyectos de comunicación como parte de su proyecto político todavía no son suficientes para consolidar a las radios comunitarias como espacios con un funcionamiento económico viable que permita el crecimiento de estos proyectos.

Profundizar la construcción de saberes sobre cómo gestionar espacios comunes es una necesidad estratégica de las radios comunitarias.

6. Radio- expandida

La consolidación de Internet y las tecnologías digitales como el espacio privilegiado de mediatización de lo social coloca a las radios comunitarias ante el reto de pensar a la radio como una experiencia que se expande más allá de su emisión analógica en tiempo real.

En una reciente investigación realizada por el Programa TICS de AMARC ALC se señala: "Somos parte de esta conformación social aunque evitemos participar de las prácticas centrales de la misma. Por ejemplo, aunque estemos desconectados de las nuevas tecnologías -por elección o por exclusión- y no nos interese formar parte de estas discusiones, la sociedad de la información o



sociedad red se nos impone como realidad, cualquiera sea nuestro país, situación social o situación de acceso a la tecnología ya que la vida económica, social, política, cultural está constituida en ese escenario. La sociedad red constituye a los patrones de funcionamiento de la sociedad toda que de alguna forma modifica nuestro entorno y nuestras formas de habitarlo.¹⁵

En tanto la sociedad red se ha vuelto un entorno ineludible las radios comunitarias se encuentran ante la necesidad de procesar esta nueva etapa de la mediatización de lo social. Pensarla, debatirla, re ordenar estrategias aparece como el único camino posible para evitar su mera reproducción acelerada. "¿Cómo articular esas transformaciones con los problemas sociales, económicos y culturales propios? El celular, por ejemplo, es un mundo entero de posibilidades que paradójicamente es muy accesible para las clases más desposeídas y es una tecnología de punta donde se establecen diálogos, procesos culturales e identidades. Ahí hay terreno para pensarse más allá de las habituales distinciones en términos de poseídos y desposeídos, brechas digitales, etcétera.» Y continúa: «las tecnologías no llevan inscriptas en sí mismas de una vez y para siempre cuál va a ser su destino social sino que son objeto de transacciones y luchas sociales y políticas. No es que cuando uno diseña una tecnología ya da por terminado el conflicto social sino que ahí recién empieza».¹⁶

7. Radio-saberes/ Radio-memoria

La valoración, sistematización y multiplicación de los saberes construidos por las y los hacedores de más de sesenta años de radio comunitaria en América Latina siguen siendo una tarea pendiente.

En su escrito enviado para AMARC 10 Armand Mattelart enfatiza que "la interrogación sobre el saber/poder cobra un relieve particular en este momento de la historia donde estamos en vías de deslizar hacia una sociedad y una economía en que el recurso inmaterial se vuelve central. A diferencia del proyecto de sociedad global de la información, caracterizado por el pragmatismo de la corta duración, la construcción de las sociedades de conocimiento (al plural) implica pensar el porvenir del mundo a partir de la memoria colectiva. La apuesta es impedir que el devenir cognitivo se transforme en el calco de los esquemas de saber/poder y sus jerarquías que han gravado la era industrial en su carrera-fuga hacia el progreso infinito; impedir que los esquemas verticales y concentrados que suelen regir los medios de comunicación hegemónicos se reproduzcan al nivel de los dispositivos de saber. Es la cuestión que, desde los utopistas del siglo XIX hasta Iván Illich o Paulo Freire, las utopías de emancipación social por la comunidad de los saberes han planteado al cuestionar radicalmente la división entre quienes saben y quienes presuntamente

no saben, como fuente de la hegemonía de clase, de casta, de género y de etnia."¹⁷

Las radios comunitarias son un espacio en el que los saberes y las memorias de los pueblos se transforman diariamente en discursos públicos. Sin embargo, esos tesoros comunitarios no siempre son materia de políticas concretas para su sistematización y circulación. La vitalidad de esos conocimientos se produce en la medida en la que puedan ser puestos a circular constantemente en sus ámbitos de origen o en otros. Albergar, procesar y multiplicar las memorias y los saberes de todos los rincones de América Latina sigue siendo un desafío para los proyectos de comunicación comunitaria de la región.

8. Radio-equidad

Las radios comunitarias todavía tienen mucho por hacer en lo que se refiere a su construcción interna. Si atendemos a la equidad de género dentro de las emisoras notaremos que falta mucho por construir para que las mujeres tengan las mismas posibilidades de trabajo y desarrollo que los hombres en el contexto de los proyectos comunitarios.

En la publicación Gritos en el coro de señoritas, resultado del trabajo conjunto entre AMARC ALC y ALER en el programa Ritmo sur se afirma: "El acceso a los medios es la materialización del postergado ejercicio del derecho a la comunicación, de ejercicio de la ciudadanía. Implica la posibilidad de visibilizar y cuestionar las desigualdades que desfavorecen a las mujeres y a otros sectores marginados. Es enfrentar el sexismo, las relaciones inequitativas entre hombres y mujeres, cuestionar los prejuicios y estereotipos, dar presencia igualitaria a todos los sectores y grupos sociales. Por su cercanía con la comunidad, las radios comunitarias facilitan el acceso de niñas y mujeres mayores; académicas, estudiantes o analfabetas; con o sin experiencia previa en medios. Y a nadie importa si no son rubias, flacas y jóvenes como en las publicidades de perfumes, autos o detergentes. (...) Pero, hay que reconocerlo, las radios comunitarias no están libres de contradicciones. ¿En qué medida la perspectiva de género está presente como mirada transversal a toda la programación? ¿En qué medida se reproduce o se revierte en la organización interna la asignación de roles femeninos y masculinos establecidos culturalmente en el seno de una sociedad patriarcal?"¹⁸

La construcción de condiciones laborales adecuadas también sigue siendo una cuestión pendiente dentro de las radios comunitarias y que no resulta separada de lo señalado en relación al género. Las mujeres suelen tener menos condiciones que los hombres para dedicarse al trabajo voluntario ya que si necesitan tener un trabajo rentado y además deben ocuparse de mayor cantidad de trabajo doméstico que los hombres, el tiempo

que les queda para realizar tareas no remuneradas económicamente suele ser escaso.

9. Radio-activismo

La compleja trama que hace a la sostenibilidad de una radio comunitaria (estar al aire todos los días una gran cantidad de horas, sostener económicamente un proyecto, la precariedad legal, etcétera) genera que muchas veces que los equipos de trabajos de las radios estén sumergidos en generar condiciones, sin, paradójicamente, poder aprovecharlas o ponerlas al servicio de sus proyectos político comunicacionales.

Pensar acciones en la comunidad, en la calle, en el ciberespacio, acciones que transformen, que activen transformaciones, que corran riesgos, que saquen a las emisoras de sus rutinas, suele ser un buen remedio contra el estancamiento o el desgaste del sostenimiento cotidiano.

Las reflexiones sobre el mediactivismo suelen venir desde Europa donde esta noción ha tenido gran influencia sobre todo en el movimiento antiglobalización iniciado a fines de la década de 1990: "La palabra mediactivismo es significativa porque los medios tienden a producir pasividad, mientras que el mediactivismo se pone a transformar activamente, de forma autónoma, la relación con los medios."¹⁹ Sin voluntad de llevarlas a un contexto distinto, y desigual, este tipo de estrategias reactivas, móviles, focalizadas tienen la capacidad de movilizar a grupos sociales que no siempre se encuentran en relación directa con las emisoras comunitarias pero que pueden generar movilización y convocatoria relacionadas con los movimientos sociales o los momentos de participación política directa. En este sentido, queda mucho por indagar desde las emisoras comunitarias sobre los modos de participación política en el mundo contemporáneo.

10. Radio-red

Las radios comunitarias son en red por la propia definición de sus proyectos políticos comunicacionales. En red con sus comunidades, con las organizaciones con las que se relacionan, con los actores político-sociales-culturales en sus contextos y con otras emisoras comunitarias. Este ser-en-red se construye día a día y presenta aun enormes desafíos.

La construcción de redes de radios democráticas, abiertas y eficaces para luchar por el ejercicio del derecho humano a la comunicación en el mundo continúa siendo una tarea política de importancia en la que los aprendizajes a partir de lo construido deberían funcionar como bases para continuar promoviendo la apertura, la diversidad, la pluralidad al interior de estos ámbitos. Los espacios de las redes tanto a nivel nacional como

internacional en tanto espacio de crecimiento político y también de disfrute colectivo tienen todavía todos los desafíos propios de los movimientos sociales que luchan por un mundo equitativo en el que cada vida humana sea digna, justa y libre. 𐀀

Referencias

- Declaración final de AMARC 10. La Plata, 11 de noviembre de 2010. Disponible en <http://www.agenciapulsar.org/nota.php?id=18574>
- Hammoé**, Sofía en "Representantes AMARC ALC". Revista Cara y señal. Número 9, agosto 2008. Buenos Aires, AMARC ALC.
- "Sacha sonco". En Publicación por los 20 años de FM La Tribu. Buenos Aires, Ediciones La Tribu, 2009.
- Villamayor**, Claudia y Lamas, Ernesto. **Manual de Gestión de la radio comunitaria y ciudadana**. AMARC ALC- FES. Quito, 1997.
- Castells**, Manuel. "Epílogo" en Himanen, Pekka, **La ética hacker**.
- Mattelart**, Armand. Ponencia enviada a AMARC 10, noviembre de 2010. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/especiales/subnotas/157262-50423-2010-11-21.html>
- Entrevista publicada en <http://www.vivalaradio.org/comunicacion-alternativa/radios/011entransito.html>
- Testimonio extractado de AMARC ALC y ALER, Transformar. Nosotros contamos. Buenos Aires, 2009. Disponible en http://www.ritmosur.org/pdfs/04_nosotros_contamos.pdf
- Mata**, María Cristina. Ponencia presentada en AMARC 10, La Plata- Argentina, noviembre de 2010.
- Martín-Barbero**, Jesús. "Diversidad cultural y convergencia digital". Publicado en Alambre. Comunicación, información, cultura. N° 2, marzo de 2009. Disponible en <http://www.revistaalambre.com/Articulos/ArticuloMuestra.asp?id=36%20>
- Entrevista realizada por FM La Tribu, Buenos Aires, Argentina.
- Mata**. Ponencia presentada en AMARC 10, La Plata- Argentina, noviembre de 2010.
- AMARC ALC. La radio después de la radio. Buenos Aires, 2011. Disponible en <http://tics.alc.amarc.org/node/135>
- Kaufman**, Alejandro, entrevista realizada por FM La Tribu, Buenos Aires, Argentina citada en AMARC ALC. La radio después de la radio. Buenos Aires, 2011. Disponible en <http://tics.alc.amarc.org/node/135>
- Mattelart**, Armand. Ponencia enviada a AMARC 10, noviembre de 2010. Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/especiales/subnotas/157262-50423-2010-11-21.html>
- AMARC ALC y ALER, Gritos en el coro de señoritas. La apropiación del rol político de las mujeres a través de los medios. AMARC ALC y ALER, Buenos Aires, 2008.
- Berardi**, Franco. Entrevista publicada en www.argentina.indymedia.org



Ciberactivismo:

¿Utopía o posibilidad de resistencia y transformación en la era de la sociedad desinformada de la información?

Valeria Betancourt

Socióloga, directora Mundial del Programa de Políticas de Información para América Latina (CIPP) de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC).

Resumen

La tan mentada sociedad de la información es puesta en duda, a partir de la resistencia y la transformación de la propia sociedad y sus actores, quienes utilizan los espacios y herramientas del control hegemónico para generar acampadas, movidas, quedadas, etc., contra ese mismo poder autoritario y ortodoxo.

Palabras clave: Ciberactivismo, movilidad social, sociedad de la información.

Resumo

A tão falada sociedade da informação é questionada, uma vez que a resistência e transformação da própria sociedade e seus atores, que usam o espaço e ferramentas para gerar o controle hegemônico de camping, mudou-se, à esquerda, e assim por diante., Contra o poder autoritário mesmo e ortodoxa.

Palavras-chave: Cyber, mobilidade social, sociedade da informação.

Una suma de factores ha dado lugar a nuevas realidades culturales y comunicacionales, así como a nuevas identidades de los sujetos individuales y colectivos en el mundo contemporáneo. Se puede mencionar, entre otros, la crisis de los paradigmas discursivo-cognitivos de la racionalidad occidental; el paso de la reflexividad a la informacionalidad; la preponderancia del hedonismo y el individualismo como el estilo de vida a procurar; la búsqueda constante de novedad a partir de una inagotable sed de infinito; la virtualidad surgida de la emergencia y expansión de las tecnologías de redes, como el internet; el peso creciente de las industrias culturales y sus modelos visuales y sonoros; las fronteras cada vez más borrosas entre lo público y lo privado; y, el ascendente afán de los

medios masivos de comunicación de erigirse a sí mismos como los representantes de la ciudadanía.

De acuerdo a los planteamientos de Scott Lash, la dimensión trascendente y el sentido reflexivo de la vida se diluyen progresivamente en las diversas configuraciones que adopta actualmente el entrecruce sociedad-cultura-comunicación. En ese contexto, cabe preguntarse si los cambios tecnológicos en materia de información y comunicación son oportunidades para inaugurar nuevas formas de transgresión, resistencia y transformación colectiva que generen cambios materiales y simbólicos sustantivos. Este corto ensayo pretende responder parcialmente a ese interrogante a partir de la



experiencia particular en el campo del activismo virtual o ciberactivismo. La reflexión se apoya principalmente en el modelo de pensamiento sobre la comunicación y la sociedad que critica Scott Lash, aunque se recurre a otros autores para sustentar cuestiones puntuales.

La imponderable sociedad desinformada de la información

Se ha vuelto común escuchar de la boca de distintos actores que la sociedad industrial ha dado paso a la sociedad de la información (y del conocimiento, añaden algunos). Expertos en distintas disciplinas han propuesto diversos tipos de definiciones y, a pesar de ello, no se puede decir que haya un acuerdo sobre qué es y qué implica la sociedad de la información. En la perspectiva de Lash, la sociedad de la información es aquella en la que rige el principio de la información y en la que el paradigma de información son los medios. El autor opta por esa definición porque da cuenta del “[...] (nuevo) orden y desorden [...]” (Lash 22) que experimenta la sociedad contemporánea, en la que la irracionalidad es efecto imprevisto de la racionalidad y en la que el tiempo y el espacio están comprimidos y descontextualizados. Los medios y la información, explica Lash, han copado el espacio que antes tenía la reflexividad como forma de pensamiento. El análisis crítico no resulta posible en el imperio efímero, inmediato y superficial de la información. Lo trascendente se disipa y las pretensiones universalistas del conocimiento discursivo no tienen cabida. La información, señala Lash, se produce y ubica fuera de lo que él llama un *marco conceptual sistémico*. No se puede evitar preguntarse, entonces, sobre las formas e implicaciones de las acciones de los sujetos en la producción y reproducción de la vida social, al margen de la reflexividad. Y eso lleva a otros interrogantes: ¿qué pasa con el poder y las formas de contrarrestarlo en una sociedad desinformada de la información?

Según Lash, el poder también se torna informacional. La información está organizada no por su valor de uso o de cambio sino por su valor en tiempo real, sin valía para el pasado y el futuro. En la perspectiva de Lash, el poder, el orden y la obtención de ganancia en la sociedad desinformada de la información están asociados a la propiedad intelectual (patentes, marcas y derecho de autor). El autor enfatiza que, en el campo de las tecnologías de información y comunicación (TIC), los derechos de autor impuestos al *software* son el mecanismo para la obtención de ingentes ganancias. Refiriéndose a la dialéctica entre orden y desorden en la sociedad de la información, Lash señala que el “[...] desorden informacional genera sus propias relaciones de poder: por un lado, el poder y conocimiento inmediato de los *bytes* de información y, por otro, el reordenamiento de la información en categorías de propiedad intelectual” (26). La desigualdad, en la visión del autor, se da más en términos de exclusión que de explotación. Va consolidándose una elite global que excluye a la periferia. Las elites se autoexcluyen de los flujos nacionales de información y comunicación y dejan de identificarse voluntariamente con ellos, mientras se autoincluyen e identifican con los flujos globales. “En el

centro, los trabajadores semicalificados y de las minorías étnicas, antes explotadas, son cada vez menos relevantes para la acumulación informacional, que hoy no se hace a su costa sino a sus espaldas. Una supraclase autoexcluida lleva a una infraclase excluida por la fuerza” (27).

De manera particular, sostengo que en lo que respecta a las tecnologías de información y comunicación, específicamente a la gobernanza de internet¹, el poder adquiere otras dimensiones, a más de las que señala Lash. Contrarrestarlo se vuelve, en consecuencia, más complejo. La disputa no se da únicamente en torno al control del acceso y distribución del software, sino también del conocimiento. Adicionalmente, el problema tiene que ver con la estructura de propiedad de la infraestructura de TIC. Están en contraposición posiciones (políticas e ideológicas) que defienden y apuntan a preservar el carácter igualitario, abierto, no jerárquico, interoperativo y descentralizado del internet con aquellas que pretenden concentrar cada vez más la propiedad privada de la infraestructura, las aplicaciones, los servicios y el conocimiento que circula en la red. Las nociones de bien público, de bien común y la prevalencia del dominio público en la esfera de internet están en el fondo del problema. Si se espera que el internet y otras TIC (como la telefonía móvil) se consoliden como plataforma de incidencia para el cambio social y para la inclusión, las condiciones de desarrollo y acceso a dichas tecnologías adquieren una relevancia crucial. Personalmente, afirmo y defiendo la necesidad e importancia de avanzar hacia la construcción del internet como un bien público mediante la formulación de políticas públicas y la reestructuración de la gobernanza de internet, eliminando las barreras artificiales que limitan la universalización del acceso.

Resistencia y transformación: ¿Utopía o posibilidad?

Si el margen para la reflexión es limitado o nulo en la sociedad contemporánea, ¿qué posibilidades de resistencia y transformación sustantiva de la realidad (amparada en reflexión y acción crítica) caben? Hay muchos que le han apostado al ciberactivismo como un mecanismo para visibilizar actores, amplificar voces y reforzar acciones impugnadoras y transformadoras. El internet y otras nuevas TIC han sido usadas para la incidencia alrededor de una multiplicidad de temas y procesos. Cada vez más personas usan las redes sociales, la telefonía móvil y herramientas digitales más tradicionales como el correo electrónico, para movilizar acciones alrededor de distintas causas y fines. Howard Rheingold, en su trabajo sobre las multitudes inteligentes (2002) explica que ellas, en tanto fenómeno

1. El proceso de la Cumbre Mundial para la Sociedad de la Información produjo, en el marco del Grupo de Trabajo sobre la Gobernanza de Internet, la siguiente definición de trabajo: “La gobernanza de Internet es el desarrollo y la aplicación por los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil, en las funciones que les competen respectivamente, de principios, normas, reglas, procedimientos de adopción de decisiones y programas comunes que configuran la evolución y la utilización de Internet.” <http://www.itu.int/WSIS/wgig/docs/wgig-report.pdf> La gobernanza de internet, por tanto, no está relacionada únicamente con los aspectos técnicos de la gestión de los nombres y números de internet sino también con las condiciones para el desarrollo, acceso y uso del internet.

del nuevo régimen tecno-social imperante, están formadas por personas capaces de actuar conjuntamente a pesar de no conocerse unas a otras y estar localizadas en distintas partes del mundo. Ello ha dado lugar a nuevas formas y códigos de organización y acción social, política y cultural estructuradas y apoyadas en las TIC.

En algunos casos, los resultados del activismo en línea no solo son altamente efectivos sino que han producido cambios importantes. Uno de los ejemplos más recientes se sitúa en Estados Unidos con el rol que jugaron las herramientas *Web 2.0* en la campaña presidencial de Barack Obama. En el Ecuador, la experiencia más notable tiene que ver con las movilizaciones sociales en Quito autoconvocadas mediante mensajes escritos de texto por teléfono celular (SMS, por sus siglas en inglés) y correo electrónico que desembocaron en el derrocamiento de Lucio Gutiérrez en abril de 2005. Otro caso conocido es el de la influencia que tuvieron en los resultados electorales en España las manifestaciones organizadas por SMS en contra del gobierno, en protesta por la ocultación y manipulación de la información luego del ataque terrorista en Madrid en el 2004. En la misma línea, se ubica el grupo de reporteros ciudadanos coreanos, OhMyNews, que modificó el rumbo de las elecciones presidenciales en el 2002 a través de la movilización del voto usando correo electrónico y SMS.

Y no pueden dejar de mencionarse las acciones antisistémicas de movimientos sociales articulados en Seattle en contra de la Organización Mundial de Comercio, o las innumerables campañas emprendidas por grupos ambientalistas sobre el cambio climático, la protección de especies en peligro, la agricultura sostenible y no tóxica, el fin del poder nuclear, entre otros. Rheingold llama la atención sobre formas aún más novedosas de colaboración y activismo en línea como la de la computación distribuida: miles de personas ponen a disposición fracciones de sus discos duros para sumarse a causas tan diversas como la búsqueda de señales de inteligencia extraterrestre, el desarrollo o mejoramiento de tratamientos para enfermedades o las indagaciones para descubrir las causas de la extinción de especies.

A pesar del impacto visible de ejemplos como los señalados, se puede decir que si bien la respuesta de la gente es espontánea, inmediata y masiva, en general el ejercicio impugnador o transformador es de corto plazo. Se logran cambios significativos pero, en última instancia, no se modifican sustancialmente las estructuras materiales y simbólicas en las que se sustenta y sostiene el poder. ¿Por qué sucede aquello? ¿Será que nada puede escapar a la inmediatez y simplificación a la que el principio de información aboca? Todo parece estar cooptado por el maleficio de lo que Lash llama la inmanencia informacional general "[...] en la cual nada es la condición de posibilidad primordial o trascendental de ninguna otra cosa [...]" (34).

La hegemonía ha operado históricamente colocando ciertas concepciones del mundo como los únicos

parámetros válidos para la construcción de la vida social. Ana Ester Ceceña (2004) advierte sobre el hecho de que la dominación tiene su sustento no solo en el poder económico y militar sino en la capacidad de universalizar una visión de mundo, ignorando, anulando, debilitando o neutralizando otras posibilidades existenciales. La cotidianidad es el escenario en el que la dominación se efectúa a través de la construcción de sentidos que reproducen, naturalizan y aseguran el sostenimiento de las condiciones de poder. Las diferencias se anulan o se mercantilizan en función del sostenimiento del poder. La hegemonía, entonces, se instala y opera en los entrecruces cultura-comunicación-sociedad. Es en esa relación donde actualmente se dirime, en gran medida, la batalla política por el reconocimiento de diversos modos de vida. Es indudable que el internet ha permitido la visibilización y reconocimiento de una multiplicidad de actores, lo que ha contribuido a producir rupturas desde las que es posible impugnar y contrarrestar discursos y visiones hegemónicas.

Sobre la base de las estructuras, mecanismos y dispositivos de poder, en los usos, las recepciones, las apropiaciones del internet y otras TIC, se configuran posibilidades significativas y existenciales alternativas, que si bien no han avanzado aún a formas de emancipación², sí han producido acciones contra-hegemónicas. En ese sentido, puede no resultar aventurado señalar que el acceso universal a internet contribuye no solo a la producción de imaginarios y representaciones alternativas sobre la realidad sino también a la generación de nuevas formas organizativas de lucha político-social. El activismo en línea ¿puede constituirse en un mecanismo efectivo para la expresión emancipatoria, asumiendo críticamente el uso y apropiación de internet como uno de los espacios de convergencia de la comunicación y la cultura en el que se configuran sentidos de la vida social y desde el que se puede proyectar acciones políticas de transformación de la realidad?

El caso del proyecto de internet emancipatorio conducido por el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), puede ilustrar en alguna medida esta problemática. El tema ha sido analizado desde distintas perspectivas. Sus prácticas comunicativas en línea, ¿han logrado pasar de una forma efectiva de posicionamiento mediático nacional e internacional a una forma de ampliación y fortalecimiento de su movimiento social y político? Es innegable que la utilización del internet por el EZLN ha permitido difundir globalmente el mensaje de su lucha política y ganar apoyo para su causa. "Claramente, el uso de internet por los Zapatistas no ha estado direccionado a sus bases sino a ofrecer a la audiencia global su propia versión

2 Raúl Ornelas (Ceceña 2004) explica que la distinción entre emancipación y contrahegemonía radica en que la primera, a partir de un proyecto antisistémico, apunta a aniquilar las relaciones de poder, mientras que la segunda plantea la sustitución de una hegemonía por otra sin alterar sustantivamente los esquemas institucionales del Estado. Esto último resulta problemático en el sentido que la hegemonía tiene en la subalternidad su correlato. Por tanto, cabe preguntarse sobre quiénes son los nuevos subalternos en el marco de un proyecto de hegemonía popular. Una reflexión detallada sobre las tensiones entre contrahegemonía y emancipación se encuentra en:



de los eventos" (Morello 59)³, básicamente para neutralizar las versiones fragmentadas y tergiversadas de los medios tradicionales y, a la vez, para resaltar la relevancia de su proyecto político de oposición al capitalismo neoliberal.

La presencia en línea de EZLN ha estado principalmente sostenida por una red transnacional de apoyo. Ello, en el análisis que Morello hace del uso de internet por los Zapatistas, tiene relación con un ejercicio emancipatorio: la interactividad del internet abrió posibilidades para que la lucha política Zapatista no solo sea contada por sus protagonistas sino que aporte a un debate más amplio sobre los impactos del neoliberalismo y, al mismo tiempo, se beneficie y enriquezca con las luchas, experiencias y perspectivas de diversos grupos localizados en otros lugares del planeta. El neoliberalismo, señala Morello, pasó al ser el nombre del enemigo común de múltiples movimientos a nivel global.

La notoriedad alcanzada por el EZLN mediante el ciberactivismo, fue un factor que permitió algunos logros políticos, como por ejemplo, la anulación de la expropiación de tierras de comunidades Zapatistas y el retiro de puestos militares de esos territorios en el 2002. Sin embargo, los tentáculos de los poderes hegemónicos de la sociedad desinformada de la información son más largos de lo que se puede imaginar. Por ejemplo, la creciente comercialización de la infraestructura del internet y de los contenidos que por la red circulan, han llevado a la utilización de la imagen del líder mayor y de los íconos de los Zapatistas con fines mercantiles, desvirtuando, espectacularizando y banalizando los alcances de su proyecto político. La centralización y control del flujo de información en la red resulta, además, en visibilización o invisibilización de contenidos en la medida que éstos sean o no convenientes o funcionales a los proyectos hegemónicos. En consecuencia, la presencia e impacto en línea del EZLN se ha debilitado.

Apunte final

¿Qué implica asumir críticamente los usos y apropiaciones del internet con propósitos de activismo social y político que produzca, de manera sostenida y sustantiva, transformaciones relevantes en pos del bien común? Seguramente hay muchas posibilidades de respuesta, sin embargo, sostengo que se debe partir por un ejercicio serio de recuperación de la reflexividad y el análisis crítico, tan venidos a menos en la sociedad desinformada de la información.

Un buen punto de partida puede ser ubicar a la tecnología en los contextos de los que surge. La tecnología está permeada por determinantes políticos, sociales, culturales y económicos y es reflejo de las relaciones de poder imperantes. El ciberactivismo puede habilitar derroteros no contingentes para el cambio social reconociendo que las acciones transformativas se hacen no desde las herramientas tecnológicas sino desde el compromiso militante y activo de personas de carne y hueso, que, en los

3. La cita original está en inglés. La traducción es mía.

usos que hacen de dichas tecnologías, generan sentidos políticos. Las tecnologías no transforman la realidad por sí mismas sino a partir de las sociedades en las que ellas se gestan y utilizan. El ciberactivismo debe sustentarse en una reflexión profunda sobre las implicaciones del régimen tecno-social, sus alcances, potencialidades, limitaciones, riesgos y oportunidades, y las formas en las que reordena todos los aspectos de la vida social.

Encarar críticamente el uso de internet con fines de incidencia político-social tiene que ver también con entender que la forma en la que está estructurada la gobernanza de internet refuerza determinadas condiciones de exclusión, desigualdad e injusticia social. Adicionalmente, la configuración de la gobernanza de internet es determinante para convertir al internet cada vez más en lo que Rheingold llama una telaraña panóptica, en la que la violación de derechos civiles por poderes privados y gubernamentales está a la orden del día. Resulta altamente inconveniente limitar el ciberactivismo al uso del internet para construir discursivamente una comunidad imaginada. A partir de la lucha por el reconocimiento y el mantenimiento del carácter abierto, público, descentralizado e igualitario del internet, contrarrestando la apropiación privada de la red⁴ y la creciente consolidación de los grandes monopolios de la información y la comunicación, es necesario trascender hacia la reflexión y la práctica de interpretación y resignificación simbólica en relación dialéctica con las condiciones materiales de la vida social. En ello radica la posibilidad de llevar adelante proyectos emancipatorios apoyados en el uso del internet y otras TIC.

Bibliografía

- Ceceña, Ana Ester. "Estrategias de construcción de una hegemonía sin límites", en Ana Ester Ceceña, comp., *Hegemonías y emancipaciones en el siglo XXI*. Buenos Aires: CLACSO, 2004.
- Lash, Scott. *Crítica a la información*. Buenos Aires: Amorrortu, 2005.
- Morello, Henry James. "e-(re)volución: Zapatistas and the emancipatory internet", en *A contra corriente, Revista de historia social y literatura en América Latina, Vol.4, No.2*. North Carolina State: Department of Foreign Languages & Literatures at North Carolina State University, invierno de 2007.
- Ornelas, Raúl. "Contrahegemonías y emancipaciones. Apuntes para un inicio de debate", en Ana Ester Ceceña, comp., *Hegemonías y emancipaciones en el siglo XXI*. Buenos Aires: CLACSO, 2004.

4. La apropiación privada de la red se hace efectiva mediante la modificación de la arquitectura abierta, no jerárquica, descentralizada e interopeativa del internet, alterando la neutralidad de la red, basada en el principio de extremo a extremo. "La neutralidad de internet, referida sobre todo al transporte efectivo de paquetes, permite que la inteligencia se base sobre todo en computadores, aplicaciones, servidores, telefonía móvil y otros dispositivos que se encuentran en los puntos terminales de la red. Esto ha permitido el desarrollo de un amplio abanico de nuevas actividades, industrias y servicios de internet en los extremos de la red y ha convertido a la red en una herramienta importante dentro del amplio contexto del desarrollo económico y social. La mayor parte del poder y el alcance de internet se deriva del valor de su efecto de red. Cuanta más gente accede a la red, mayor es su valor como medio de intercambio de información y comunicación. El principio de extremo a extremo y la neutralidad de la red deben defenderse contra todo intento de centralizar el control y tener un internet 'de primera y segunda categoría'". Carta de Derechos en Internet, de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, APC. <http://www.apc.org/cs/pubs/about-apc/carta-de-apc-sobre-derechos-en-internet>

propósito de la Ley de Comunicación en Ecuador

Diálogo con Valerio Fuenzalida

Christian Oquendo Sánchez

Candidato doctoral, Programa de Comunicación y Cultura, York University, Canadá.

Resumen

Diálogo con el comunicólogo chileno, quien aborda el tema de la Ley de Comunicación en Ecuador a partir de la experiencia de las transformaciones legales y la vigencia de los medios públicos en Chile. Fuenzalida conoce muy bien ambas realidades y avizora salidas para Ecuador.

Palabras clave: Ley comunicación, medios públicos, medios gubernamentales, industria cultural.

Resumo

Diálogo com o especialista em comunicação chilenos que aborda a questão da Lei de Comunicação no Equador a partir das transformações da experiência jurídica ea validade dos meios de comunicação públicos no Chile. Fuenzalida sabem muito bem ambas as realidades e partida iminente para o Equador.

Palavras-chave: Comunicação lei, meios de comunicação públicos, meios de comunicação do governo, as indústrias culturais.

En noviembre pasado, con motivo de una visita académica que me llevó a Santiago de Chile, tuve la oportunidad de entrevistar a Valerio Fuenzalida, quien es un referente latinoamericano en materia de estudios de recepción. En su trayectoria de décadas trabajó como Jefe de Investigación Cualitativa de Audiencia en Televisión Nacional de Chile y ha sido profesor en la Cátedra UNESCO de Comunicación Social. Al momento es profesor e investigador en la Facultad de Comunicaciones en la Pontificia Universidad Católica de Chile y dirige allí el Diplomado en Estudios de Audiencia, también es el coordinador en Chile del Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL).

Entre sus múltiples y más recientes publicaciones se encuentran: 'Melodrama, Subjetividad e Historia en el Cine y Televisión Chilenos de los 90' (U. Católica de Chile, 2009); 'Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas' (Norma, 2005); 'Televisión Abierta y Audiencia en América Latina' (Norma, 2002); 'Visiones y Ambiciones del Televidente. Estudios de Recepción Televisiva' (CENECA, 1989), escrito junto a María Helena Hermosilla.

Considerando la amplia experiencia de Valerio Fuenzalida en relación a la televisión pública en Chile, el objetivo de la entrevista fue conocer sus opiniones acerca de algunos nudos críticos relativos al debate de la nueva



Ley de Comunicación en el Ecuador: la regulación de los medios de comunicación; el rol de los medios públicos; la redistribución del espectro radioeléctrico; las tensiones entre lo local y lo global al nivel de la producción de contenido mediático; y el debate acerca de la posibilidad de hacer medios plurales que subsistan comercialmente.

Las apreciaciones de Fuenzalida resultan esclarecedoras en un momento en el que tras una espera de cerca de dos años, y tras una consulta popular en la que mayoría del electorado aprobó la creación de un consejo regulador de contenidos mediáticos, se está retomando, no sin conflictos, el debate en la Asamblea Nacional del nuevo cuerpo legal que regulará la comunicación en el Ecuador.

COS: ¿Qué opina sobre la posibilidad de viabilizar al nivel de políticas públicas la democratización de la producción, circulación y recepción de significados, y la participación de minorías y grupos tradicionalmente excluidos de los procesos de la comunicación?

VF: Creo que es un principio válido, pero es un principio que hay que traducirlo a niveles distintos porque los medios tienen niveles distintos. Quiero decir que tú no puedes comparar una radio comunitaria o un periódico comunitario o un canal de televisión comunitario con una emisora de televisión nacional, ahí hay un salto muy grande. A mí me parece que estas aspiraciones hay que trabajarlas en sus distintos niveles. Para la radio comunitaria o para televisión comunitaria hay que formular una serie de recomendaciones y formas de organización que serán muy distintas en el caso de Ecuador. Ustedes en Ecuador tienen una estación que el gobierno está tratando de impulsar hacia una televisión nacional. Los medios tienen vigencia histórica y creo que el espacio masivo todavía lo va a ocupar la televisión por un tiempo, no sé, tal vez veinte o cuarenta años. Creo que la televisión, cuando tiene esta capacidad de convocar masivamente, tiene potenciales de comunicación y, por lo tanto, democratizar esta comunicación es distinto a democratizar una estación regional que llega a una provincia o a un municipio de un país. Si bien en todos los niveles tiene que haber participación, las formas de participación van a ser probablemente distintas.

Cuando hubo la reforma de Televisión Nacional de Chile (TVN) en el año de 1992, que fue una ley especial muy discutida, ahí el gobierno perdió la tución total de TVN y lo "público" fue definido porque hay dos poderes del Estado que iban a mandar en TVN. Y esos dos poderes son el Senado y el Presidente de la República que tienen que nominar un directorio compartido. Se dejó de lado el poder judicial porque dijeron que el poder político está en el ejecutivo y legislativo, no en los jueces. También se dijo que el Senado es un organismo plural, por lo tanto la

pluralidad del Senado tiene que trasplantarse al directorio de TVN y allí debía haber una minoría y una mayoría. Ni el Presidente de la República tiene un poder total sobre TVN, sino que tiene que negociar. Tampoco la mayoría del Senado tiene ese poder. Por ejemplo, la designación del Director Ejecutivo, la autoridad superior de TVN, tiene que ser por cinco de siete votos del directorio, por lo que la mayoría siempre tiene que llegar a un acuerdo con la minoría.

Detrás de estos modelos hay lecturas. Hay una lectura de búsqueda de consenso, de búsqueda de que la mayoría no puede oprimir a la minoría, de que el poder ejecutivo no puede oprimir ni sojuzgar al Senado. Hay una lectura de que los poderes tienen que complementarse y tiene que haber representación plural. Esa es una lectura también histórica. Eso ocurre en el Chile post dictadura. Después de 17 años de opresión violentísima el país dice: no podemos volver a esquemas de opresión, no queremos muerte física del que no piensa como yo, pero tampoco muerte simbólica. En ese sentido hay una ideología. Queremos una sociedad con ciertas características, una sociedad inclusiva en la que quien opina distinto tiene derecho a hacerlo y pensamos, ahí hay aspiraciones utópicas, que discutiendo y conversando podemos llegar a un acuerdo. Eso es una utopía y también puede ser una ideología, al revés de otra ideología que diga que la mayoría o la fuerza revolucionaria va a aniquilar al que no piensa como yo, y esa es otra opción. Una opción que históricamente ha sido lo que ha sustentado las dictaduras de América latina.

Ahí hay también una lectura de que la democratización de un canal público nacional significa que es el Estado, no el gobierno que es la representación política, no la mayoría aniquiladora de la minoría la que va a gobernar este canal; y en este canal la única misión que se le dio es hacer comparecer en su información el pluralismo político representado en el parlamento, lo cual también genera muchas discusiones. Aquí se dijo: la dictadura lo que buscó por 17 años fue eliminar la política, y la política es muy importante como un lugar donde se conversan y se discuten los problemas nacionales. Por lo tanto, ese esquema pasa a ser el esquema de representación en TVN. Ahí hay un directorio que es representativo en términos de la política representada en el parlamento, no representativo de todo el mundo. Pero además la televisión es una industria, una característica de la comunicación del siglo XX. Industria significa gente, significa producción, significa salarios, significa ingresos.

¿Cómo se sustenta esta industria? Ahí viene otra discusión, en muchos países europeos no hay publicidad, sino han buscado financiamiento de otra forma, como por ejemplo vendiendo su señal fuera del país; pero hay



que tener dinero, uno no puede obviar ese punto. Aquí en Chile se llegó a un acuerdo discutible, pero un acuerdo en el que TVN tenía que auto sustentarse a través de la venta de publicidad y de servicios, y no puede recibir dinero del estado, a menos que sean compras: yo le compro esto y le pago esto. Fuera de eso, como una estación que tenía que competir, se le dieron atribuciones administrativas muy flexibles, muy dinámicas, lo cual en 20 años lo ha convertido en el mejor canal de Chile. Es un canal masivo, palabra que le molesta profundamente a la academia tradicional. Ahí hay que hacer una lectura crítica de por qué le molesta, detrás de eso hay resabios de que la conciencia racional es la que tiene que gobernar y no las masas, eso está en el discurso de los académicos y los políticos también. No hay nada de malo con que sea masivo, si hay algo de malo no hubiera democracia porque el voto es masividad.

COS: Una de las cuestiones que se están discutiendo en Ecuador respecto de lo que será la nueva Ley de Comunicación tiene que ver con que debe existir un consejo de comunicación. Hay voces críticas que indican que en este consejo el Ejecutivo, a través de representantes de otros estamentos como el Consejo de Participación Ciudadana y Control Social, podría tener la mayoría y controlarlo. Aquí tenemos un modelo que traduce la diversidad social a un órgano y eso siempre va a ser conflictivo.

VF: Ahí están las especificidades nuestras, ahí viene el aporte de los intelectuales, lo académico; cada país tiene que mirar su heterogeneidad, su diversidad, los problemas de representación y sub-representación y, por lo tanto, formular recomendaciones políticas. Ahí vienen las políticas de representación, cómo podemos asegurar la representatividad de diferentes puntos de vista. También hay un segundo problema acerca de cómo la representación tiene que ir generando grupos operativos más pequeños. Una estación de televisión no puede ser dirigida por una asamblea, la asamblea tiene que delegar la ejecución en un pequeño grupo ejecutivo. Hay líneas que van bajando desde lo más amplio de la sociedad a representantes diversos en un consejo y finalmente, si se va a operar medios y medios grandes que necesitan financiamiento, gerenciamiento, obtención de recursos etc., tenemos que tener un equipo de ejecutivos.

COS: Varios pensadores críticos de la comunicación han expresado la necesidad de promover dinámicas dialógicas que se superpongan a la inequidad que ha caracterizado la historia de América Latina. Es decir, reconocer las capacidades creativas de la sociedad, contribuir al desarrollo de esas capacidades y crear espacios comunicativos para ellas. El continente tiene una historia colonial, dictatorial y esto se ha reflejado en los medios masivos con estructuras verticales y

monológicas. ¿Qué se puede hacer al respecto desde la perspectiva de una comunicación progresista

VF: Creo que ahí nuevamente estos enfoques deberían tener niveles. Primero, pedir que eso a lo que te refieres en tu pregunta lo haga únicamente la comunicación es una utopía, es pensar que la comunicación tiene capacidades omnipotentes. Los medios de comunicación tienen tareas que deben cumplir. Sin embargo, también hay una construcción de mecanismos políticos. Si esas cosas no marchan en paralelo, va a ser muy difícil tener una sociedad más democrática.

Te pongo el caso chileno. En Chile hay un centralismo en que el poder político opera desde Santiago y es muy difícil construir comunicación regional sin construir simultáneamente liderazgo político regional, y a la clase política nacional no le conviene construir liderazgo político regional porque la clase política nacional es la que quiere representar en el parlamento. Los representantes de muchas zonas, por ejemplo Antofagasta a mil quinientos kilómetros de Santiago, ¿quiénes son los representantes?, políticos de Santiago a los que su partido les dice: "En Santiago no hay más que diez cupos, entonces tú vas a ser representante por Antofagasta, tú representante por Valdivia, tú por Concepción"; ¿te fijas? El poder político central no quiere perder su capacidad de representar y por lo tanto inhibe políticamente el surgimiento de líderes regionales porque les arrebataría espacio a los políticos de Santiago. En Chile, TVN ha tenido por años gran dificultad para crear emisoras regionales, como se aspiraba inicialmente, y eso se debe a que los representantes políticos le tenían pavor a una comunicación regional de TVN. Yo lo veo un cambio. Aquí hay que caminar comunicacionalmente, políticamente y económicamente. Si no hay una economía regional fuerte, difícilmente va a haber una generación de recursos económicos capaz de sustentar comunicación y capaz de sustentar una fuerza política. No podemos pedirle a la comunicación todo, tenemos que articular economía, política y comunicación.

COS: Con motivo del debate de la nueva Ley de Comunicación ahora se habla en Ecuador de la concentración mediática y la distribución equitativa del espectro radioeléctrico ¿Cómo ve usted estos temas?

VF: Creo que son temas extremadamente difíciles porque aquí hay intereses muy esclerotizados, muy fijos. Creo que aquí emerge el poder de la televisión nacional. Cuando tú tienes un canal fuerte y masivo el poder de la prensa y de la radio y de los canales privados se ve enfocado a un cierto estándar muy importante. Cuando hay un canal masivo, como hay en Chile, cuya línea editorial es del pluralismo informativo, los demás medios no pueden no



ser plurales porque pierden credibilidad de inmediato. Uno ve que en este país los medios que tenían posturas muy favorables a Pinochet empiezan a centrarse. Tú ves como el reportaje, un género muy importante en televisión, tiene un peso que hoy en día la prensa no tiene, la prensa escrita y la radio no lo tienen, entonces, ¿cuál es el poder real de esos medios? Nuevamente, pienso que en escenarios de profunda rigidez el peso de una estación masiva y esta vigilancia permanente por el pluralismo creo que generan un contrapeso informativo que por lo menos atenúa estas rigideces que van a seguir existiendo por bastante tiempo.

COS: ¿De alguna manera es enfrentar las industrias culturales con otra industria cultural?

VF: Exacto, es un camino.

COS: ¿Qué hay sobre el tema de la distribución del espectro radioeléctrico? ¿Cómo lo ve usted desde el punto de vista de la experiencia chilena?

VF: Creo que el espectro radioeléctrico para la radio, estrictamente en Chile, es un tema muy rígido y también con intereses muy fuertes. En este país con la complicidad completa de la Concertación se entregó el espectro radioeléctrico chileno al grupo PRISA español por una cierta complicidad ideológica. La Concertación hizo sus cálculos, ellos concluyeron: la prensa está en manos de la derecha y ahí no hay mucho que hacer. TVN es un canal plural y la izquierda nunca miró con simpatía el pluralismo; pero hoy en día como la derecha está en el gobierno ahora la izquierda dice que un canal plural es muy útil para el país. Frente a este panorama, en un cierto momento, la Concertación optó por entregar gran parte del espectro radioeléctrico al grupo Prisa.

COS: ¿O sea que empresarios chilenos no podrían poseer el mismo porcentaje de medios en España que ahora el grupo PRISA posee en Chile?

VF. No. No hay reciprocidad; es un tema que ahora está en discusión porque empresarios nacionales de radio quieren que en el momento de la renovación de concesiones se haga valer la reciprocidad. Creo que en la radio la situación está muy cristalizada y hoy día armaríamos conflictos internacionales: redistribuir el espectro radioeléctrico enemistándose con PRISA y España sería una pelea mayor. Queda el espectro televisivo y nosotros estamos en este momento en un cambio gigantesco por dos razones. Primero, por la tecnología digital que aquí se adoptó, como en gran parte de América del Sur, la norma nipo-brasileña, la cual permite tener seis o siete señales en el mismo ancho de banda de 6 Megahercios o dos señales en alta definición. Como se va a operar en la banda UHF, ahí hay una enorme cantidad de cuarenta u

ochenta señales y los proyectos de ley reservan un 40% para emisoras comunitarias, regionales; los canales van a tener sus 6 Megahercios de ancho de banda. Entonces allí va a haber una redistribución del espectro radioeléctrico por una parte.

El espectro japonés tiene una gran capacidad de recepción móvil, o sea la televisión va poder ser recibida en autos, autobuses, trenes, aviones y tiene mucha posibilidad de telefonía como servicios interactivos y la posibilidad de multiplicación de señal. Ahí viene el segundo paso, por ejemplo, una de las cosas que se aspira, y soy uno de los que aspiro a eso, es que TVN se transforme en una empresa que maneje por lo menos seis canales de televisión, que se transforme en un multi-operador y eso significaría tener, por ejemplo, un canal veinticuatro horas noticias todo el día, un canal especializado en información, lo cual permite que la televisión acoja mucho más voces pero con un carácter masivo. Es decir, cuando se discute, por ejemplo los efectos del terremoto y la responsabilidad de las constructoras privadas en la reconstrucción, ahí podrían estar presentes muchas voces que pueden llegar a hablar masivamente de sus problemas. No es solamente la televisión regional de Concepción, que tiene ocho o diez problemas de gran magnitud, pero eso queda allá, eso no es problema nacional. Cuando una televisión es muy pequeña produce lo que se llama el efecto pecera, son los peces girando dentro de la pecera, cuando los peces deberían estar navegando en el acuario de todo el país y diciéndole al país: aquí están mis problemas y si no los ve todo el país, estas empresas que son tan poderosas jamás van a hacer nada porque yo no tengo visibilidad. ¿Te fijas en las contradicciones? Cuando algo no es masivo se convierte en el efecto pecera. De ahí la importancia de un canal 24 horas que pueda tener muchas voces, ampliar la deliberación, ampliar la presentación de problemas, pero ampliarlas masivamente. Hay cosas que son de un nivel pequeño, el problema de una municipalidad puede ser para esa municipalidad; pero en relación al problema de cierta magnitud en que los actores son nacionales (como las empresas privadas constructoras) no pueden quedarse diciendo: esto es un problema chico de treinta o cincuenta propietarios. Ahí tú tienes este punto de la redistribución del espacio radioeléctrico. Hoy día es posible pensar en una televisión nacional multi-operadora que tenga señales regionales, que tenga señales nacionales en información, que tenga capacidad de transmitir nuestra creación cultural que está ínfimamente representada en nuestras pantallas.

COS: Varios autores han expresado la necesidad del desarrollo de políticas nacionales de comunicación que promuevan contenido mediático respecto de la situación de culturas locales más que valores exteriores de naciones hegemónicas; la creación de

agencias de noticias que sean fuente alternativa de información externa; un contenido que refuerce la diversidad cultural local. Este principio se lo comenté a un periodista y me dijo que esto de lo local y lo global no va, porque si lo vemos desde el punto de vista de lo híbrido y que no hay fronteras concretas, es posible que estas reivindicaciones no tengan sentido en el mundo en el que vivimos. Añadió algo más: los actores culturales no piensan en estas divisiones; un literato, por ejemplo, escribe una novela sin considerar estas divisiones. ¿Cuál es su perspectiva acerca de este debate?

VF: Creo que ahí hay aspiraciones que hay que separarlas de los instrumentos. La generación de contenidos locales a mí me parece un principio valioso, pero para generar contenido locales no necesariamente tengo que crear agencias nacionales de información, esas son formulas de 40 años atrás. Esas pasan a ser agencias de propaganda del gobierno de turno. Un canal de televisión es una fuente generadora de información, por lo menos de información al nivel nacional. No hay para qué generar una agencia; los canales de televisión hoy en día tienen corresponsalías: cuando TVN o cualquier canal de este país quiere información de problemas del Perú acuden a su corresponsal, no tienen una agencia. Cuando TVN quiere transmitir problemas de Italia se contactan con ex funcionarios que han trabajado en el departamento de prensa que les entregan información sobre Berlusconi, el Vaticano, pero esos funcionarios son la fuente y no una agencia del gobierno. Los instrumentos son distintos.

Creo que en América Latina se han producido transformaciones muy asombrosas y que a menudo son invisibles para mucha gente que sigue hablando con datos de 40 años atrás. Todo todo el trabajo que nosotros hemos de hecho en OBITEL, el Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva, está mostrando, por ejemplo, el altísimo consumo de telenovelas nacionales y latinoamericanas en cada país de los países del observatorio. Entonces, ¿dónde está el imperialismo cultural audiovisual? Eso no existe comparativamente con 30 años atrás. En este país, y en Brasil mucho más, el año pasado algo así como el 55% de la audiencia de la recepción de ficción era de ficción nacional, sin embargo, pero lo que aparece en la pantalla de televisión es otra cosa. Allí, alrededor del 50% de ficción es de procedencia norteamericana, la que es vista por un 17%. ¿Dónde está el imperialismo cultural? No existe en este ámbito. Pero sí existe en el cine de salas. ¿Por qué hay estos desbalances tan fuertes?, ¿por qué en el cine de sala lo que se consume es un 90% de filmes norteamericanos? Aquí en Chile hay una creciente presencia de material chileno y la gente no lo consume, ¿qué pasa ahí?, ¿y por qué consume telenovelas latinoamericanas que han sido habitualmente despreciadas por la academia que ha

dicho que es un producto femenino, popular y del tercer mundo?

COS: ¿Pero cuál sería el rol de la regulación respecto a esto? Por ejemplo, en el Ecuador ahora una de las ideas que se ha sugerido incorporar a la nueva Ley de Comunicación es del 1 x 1 en la radio, es decir que por cada canción extranjera tiene que tocarse una canción nacional. Se ha abierto un gran debate y hay gente que dice que para hacer eso necesitamos industrias culturales, un aparataje que no lo tiene el país. En el Ecuador la producción discográfica es bastante reducida, ¿qué hacer con eso para que la idea sea viable? Alguien me dijo: en el Ecuador si se quiere hacer el 1 x 1, se va a tener que crear un equivalente a Televisa porque no hay otra manera. ¿Cuál es su perspectiva acerca de estos nudos críticos?

VF: Creo que lo único que hay que hacer es primero discutir esto porque cada país es distinto. Creo que incluso Ecuador, desde el punto de vista de la música, tiene mucha más producción y mucha más riqueza que Chile. En Chile se ha intentado el 5 x 1: una canción nacional por cinco extranjeras. Eso todavía está en discusión y el gobierno no quiere aprobar eso pues tiene derecho de veto. Eso también supone que la radiodifusión de la música es muy importante y estamos en un momento en que la difusión es por Internet. En este país se le da un disco de platino, o sea el máximo galardón, a un artista que ha vendido 10,000 copias, y hay gente que descarga por Internet 80,000 veces la canción y el artista no recibe galardón por eso, es decir, las formas de circulación están cambiando. Creo que necesitamos discutir más. Hago una propuesta de obligar, por ejemplo, a la Sociedad Chilena de Derechos de Autor, que es la que recopila todos los derechos de autor, a tener una enorme central de música chilena en la web y quien quiera bajarla lo hace por un precio módico. Aquí hay mucha gente que está subiendo su material y pide por ejemplo 20 centavos de dólar, y hay gente que paga. Los jóvenes están mucho más dispuestos a eso porque arman su colección personal de música. Entonces, hay que discutir más de estas cosas porque son tan cambiantes, tan fluidas que hay que discutir mucho más.

COS: Hay una vieja crítica acerca del discurso que iguala mercado de ideas con libertad de expresión. Esto se relaciona con el deseo de regular la comunicación y evitar los abusos de los medios grandes respecto de cómo producen su contenido. Uno de los argumentos de los medios es que si a sus destinatarios no les gusta lo que ellos publican, siempre pueden dejar de comprar el periódico o cambiar de canal. Por otro lado, está su tesis Valerio en el sentido de que a las industrias culturales hay que contrapesarlas con otras industrias culturales y

que además deben tener publicidad. Sin embargo, el momento en el que una estación televisiva comienza a aceptar publicidad eso obviamente tiene un impacto en su programación porque le cambia la lógica a la producción de su contenido. ¿Cómo ve usted esto?

VF: Vuelvo a la idea de que creo que en América Latina, nuestras sociedades, que no son Estados Unidos ni Europa, necesitan, Chile necesita, una televisión pública muy fuerte, muy masiva donde haya pluralismo de ideas. Porque los demás medios como son privados no van a tener esta mirada de debate plural. Ellos van a tener intereses políticos, económicos. Creo que la expresión de ideas se fortalece cuando hay un medio muy potente que tiene mecanismos de regulación internos y externos para garantizar esa expresión plural de ideas. Eso influye como un contrapeso en el resto de la sociedad. Creo que esa ha sido nuestra experiencia en Chile, la que obviamente no les gusta a muchos políticos porque ellos quieren que sus ideas tengan preeminencia y a ningún político le conviene el pluralismo. Tengo una visión muy pesimista de la política. La política es un conflicto de intereses: si yo puedo hacer que ese conflicto me beneficie a mí, lo voy a hacer. Es por eso que ellos tienen este doble discurso: el discurso del pluralismo como un valor social, pero en la

práctica no. Por eso tienen que haber mecanismos muy fuertes, esto no puede ser entregado a la buena voluntad del ministro de turno o el director de turno.

COS: ¿Se puede ser pluralista y que a la vez un canal tenga un atractivo comercial?

VF: Sí, TVN es un ejemplo. Hay otros mecanismos, no solamente está ese mecanismo. La BBC no tiene publicidad, pero tiene un fuerte mercado exportador donde vende y eso le permite tener un "fee", un canon interno relativamente bajo, porque ahí un dinero que está llegando desde fuera. Puedes vender formatos, en fin, hay muchas maneras de generar ingresos.

Segunda cosa, cuando un medio es muy poderoso, por ejemplo, en Chile si Coca-Cola el día de mañana le dijera a un canal: ustedes hicieron un reportaje que no me gustó y vamos suspender la publicidad de ustedes, ¿qué crees tú que le pasaría la Coca-Cola? En Chile probablemente los que estarían felices serían los de Pepsi-Cola porque ellos dirían: se hizo invisible nuestra gran competidor, se hizo invisible para un tercio de de la audiencia. Tú no puedes castigar a un medio potente porque te aniquilas a ti mismo. ☹

MEDIACIONES

para el análisis y la lectura crítica de los medios

El periódico digital del Observatorio de Medios del CIESPAL

Hacemos una observación crítica, propositiva, pedagógica e independiente de los poderes económicos, políticos y mediáticos.

Tanto los medios públicos como los privados están bajo nuestra mirada rigurosa, equilibrada y profesional.

Por que la ciudadanía tiene el derecho a la crítica mediática

www.ciespal.net/mediaciones

La contratación, remuneración y capacitación periodística como herramientas necesarias a tener en cuenta para solventar ‘el oficio de escribir’

Alejandra Busto

Locutora Nacional Argentina. Licenciada en Ciencias de la Comunicación. Narradora y escritora. Investiga problemáticas de género en periodismo y medios de comunicación.

Resumen

La tan mentada sociedad de la información es puesta en duda, a partir de la resistencia y la transformación de la propia sociedad y sus actores, quienes utilizan los espacios y herramientas del control hegemónico para generar acampadas, movidas, quedadas, etc., contra ese mismo poder autoritario y ortodoxo.

Palabras clave: Ciberactivismo, movilidad social, sociedad de la información.

Resumo

A tão falada sociedade da informação é questionada, uma vez que a resistência e transformação da própria sociedade e seus atores, que usam o espaço e ferramentas para gerar o controle hegemónico de camping, mudou-se, à esquerda, e assim por diante., Contra o poder autoritário mesmo e ortodoxa.

Palavras-chave: Cyber, mobilidade social, sociedade da informação.

Oficio de autor, pasión de escritores, sesgo de cierto interés por la vida pública de las ciudades, por construir historias; el periodismo comenzó así una larga y sinuosa tarea en el mundo laboral de las profesiones modernas. Sin embargo, aún son muchos los huecos legales que la definen. En ellos caen, a veces casi sin saberlo, los profesionales de la comunicación.

En este artículo se realiza una revisión de las interconexiones entre los sistemas de contratación, la remuneración y capacitación que poseen los periodistas, específicamente en Argentina; haciendo un sondeo en comparación con otros países, tanto de la región como también de Europa y Asia.



Este panorama se complejiza aún más al poner de relieve una perspectiva de género sobre la situación del empleo en general y del periodismo en particular.

Respecto de los **periodistas asalariados**, en la mayoría de los países, su situación está determinada por la legislación general del trabajo. En algunos, como Benin, Etiopía y casi toda África, predomina la legislación aplicable al servicio público porque la mayoría de los periodistas profesionales están empleados en el sector público y por ello son considerados con la categoría de funcionario público. En otros países la legislación para los periodistas es especial, como Argentina con el Estatuto del Periodista, ley N° 12.908 rectificado en diciembre de 1946. En Francia el régimen laboral está determinado para todos los trabajadores por el Código de Trabajo pero éste contiene algunas disposiciones especiales y suplementarias que se aplican a los periodistas profesionales. (1990, Informe OIT, Ginebra)

Según la Organización Internacional del Trabajo la figura de **periodista independiente** es un obstáculo en la mayoría de los países para otorgarles a los periodistas una protección como trabajador de la industria de la información. Deben resolverse discusiones: si el trabajo que realiza el periodista independiente puede o debe estar administrado a través de un contrato de empleo o de un contrato de prestación de servicios regido por el derecho civil ordinario; si los periodistas debieran estar protegidos por contratos colectivos especiales o realizar acuerdos individuales negociados con el empleador o atenerse a las disposiciones generales de cada empresa en particular.

Se entiende que a través de los contratos colectivos los periodistas pueden obtener normas más detalladas y con un control más efectivo para sus relaciones laborales, que los beneficie. Esto porque la legislación general aplicable a los periodistas, en distintas partes del mundo, no suele determinar claramente las condiciones en que se debería trabajar. En muchos países existen convenios colectivos especiales de alcance nacional para los periodistas.

"Los acuerdos negociados en el ámbito de cada empresa pueden ser más detallados y de más fácil aplicación que los negociados con asociaciones de empleadores. Pero, en cambio, si la fuerza de trabajo no está sindicada en una proporción suficientemente apreciable, es probable que los acuerdos por empresa abarquen a pocos trabajadores." (1990, Informe OIT, Ginebra)

Los sindicatos de algunos países (Portugal, por ejemplo) señalan que las condiciones y acuerdos de empleo en remuneración se deterioró debido a la gran oferta de periodistas. Otros países consideran a los periodistas como cualquier trabajador de la industria y no poseen convenios o acuerdos especiales. En Colombia, Honduras,

México, Panamá, Perú y Venezuela, los periodistas están –en algunos casos- cubiertos por contratos colectivos pero suelen tratarse de acuerdos de empresa.

En Argentina se estableció la modalidad de contratos colectivos, sin embargo, uno de los mayores problemas es que muchas empresas hacen caso omiso de las disposiciones de estos.

Respecto de las **horas de trabajo** que cumplen los periodistas también pueden encontrarse algunas variantes. En algunos países las jornadas de trabajo son mucho más largas que la de otros empleados, quizá se espera que los periodistas trabajen muchas horas extras. En Argentina el Estatuto del Periodista fija una semana normal de 36 horas, con un día de descanso. Otras normativas indican que si el trabajo debe realizarse durante un día feriado oficial, podrán entonces tener un día más de descanso a la semana siguiente o elegir que se les pague una tarifa doble de la normal. Muchos de los contratos colectivos conceden un día suplementario y paga doble. Por otra parte, a los periodistas que trabajan por la noche se les concede 3, 5 ó 7 días suplementarios de vacaciones anuales; esto es para quienes trabajen al menos dos veces por semana después de las 20 horas o antes de las 6 de la mañana durante un total semanal de 12 horas como mínimo.

En cuanto a los periodistas independientes la situación jurídica que los contiene es el de una persona empleada por cuenta propia, por ello, es fundamental la asignación de las tarifas a aplicar en cada trabajo. Lo habitual es que el empleador negocie de manera individual cada contrato. Salvo los casos de los periodistas muy reconocidos en el medio, las tarifas acordadas suelen ser de valores muy bajos, de acuerdo con la OIT. Por otra parte, a excepción de aquellos periodistas independientes que son contratados en una empresa como temporarios para cubrir algún trabajo adicional, es habitual que a los periodistas independientes se les pague a destajo por lo que no son afectados con las horas extras, los salarios, las vacaciones, cargas sociales y coberturas médicas, cuestiones que pueden pesar en algunos casos y jugar como alicientes en otros. Cabe afirmar que en cierto modo están desprotegidos jurídicamente.

Otra instancia la conforman los **colaboradores** de revistas literarias y culturales, entre ellos muchos periodistas, que en Argentina no están encuadrados dentro del Estatuto del Periodista Profesional vigente, puesto que este tipo de revistas están constituidas como empresas sin fines de lucro.

En la práctica, la situación real del colaborador es mucho más ambigua: el mínimo de colaboraciones anuales es manejado a veces como un genuino mecanismo de restricción



que regula y limita las reivindicaciones laborales que éste podría ejercer si alcanzare la condición de 'colaborador permanente'. Para muchos escritores (y periodistas culturales) la vidriera que proporciona un medio de alta circulación es compensación suficiente frente a la ambigüedad de su situación profesional. (Rivera, 2000: 110-111)

Sin embargo, este Estatuto considera '**colaborador permanente**' a los periodistas remunerados por cada trabajo que realizan con un mínimo establecido en 24 contribuciones al año. En estos casos el periodista y su empleador fijan la remuneración mediante acuerdo previo. De todos modos, existen contratos colectivos que reglamentan las condiciones de la colaboración permanente. Se establece entonces que las personas que trabajen más de tres días durante determinado lapso deben ser consideradas personal permanente.

Bajo otros parámetros contractuales se fija la categoría de '**colaborador ocasional o espontáneo**' porque no tienen una relación de trabajo estable con su empleador, por eso no se le aplican las disposiciones legislativas ni los acuerdos colectivos.

En las empresas mediáticas la **disponibilidad horaria** es otro factor fundamental, pues hace a la productividad del trabajo del periodista. Es también, uno de los ítems más debatidos en torno a las problemáticas laborales de género. Por ello, es de fundamental importancia rediseñar ciertas reglas del juego a la hora de enfrentarse a las dobles jornadas, en el caso específico de las mujeres periodistas.

Una de las oportunidades que utilizan algunas mujeres periodistas para desarrollar de una manera más enfática sus carreras es apuntar a la '**especialización**', que en términos de José I. Población y Pedro García Alonso (1997), es una suerte de cualidad de la persona que la destaca por sobre el resto al momento de realizar una tarea en particular. Sin embargo, los ejemplos donde esta capacitación especial obtiene escasos frutos económicos, abundan. En las empresas mediáticas es habitual ver que a igual puesto de trabajo las mujeres periodistas reciben una remuneración menor. Esto se oculta tras el velo de la aceptación moderna a la flexibilización horaria.

Muchos de los factores que establecen esta **desigualdad salarial entre hombres y mujeres** están determinados por los estereotipos de género. Aunque la mujer sea único sostén de su hogar no se la asocia con facilidad a la imagen de sustento económico, aún patrimonio masculino en el imaginario social. Y las empresas son espacios sociales que también reproducen estos estereotipos.

Los honorarios profesionales son frecuentemente motivo de preocupación para

muchas mujeres que no logran manejarse con ellos con la misma desenvoltura con que lo hacen en otras áreas de su práctica profesional. (Coria, 2004: 76)

De acuerdo al informe de la OIT "*Condiciones de empleo y de trabajo de los periodistas*", 1990, las mujeres comienzan a ascender laboralmente con mayor lentitud que los hombres periodistas en todo el mundo, hay una tendencia a permanecer en categorías inferiores.

Curiosamente se considera que la mitad de los periodistas graduados y en formación son mujeres mientras que la proporción de los titulados no aumenta en igual medida. Los sindicatos afirman que las mujeres abandonan la profesión en pocos años por factores que las disuaden de hacer carrera: matrimonio y maternidad. Los empleadores consideran que este es un fenómeno temporal que desaparecerá cuando haya más mujeres ejerciendo la profesión y se supere esta época de 'transición demográfica'.

Sin embargo, son muchas las barreras que las mujeres periodistas enfrentan para revertir esta situación.

"Es posible observar en las mujeres una tendencia a tolerar honorarios más reducidos que los de los hombres, aceptar como natural 'techos' más bajos, mantener durante años tareas cuya rentabilidad no tiene posibilidades de incrementarse e incluso dedicar, en forma gratuita, muchas horas de trabajo." (Coria, 2004: 79)

La **calidad del trabajo** de los periodistas está considerada en otro informe de la OIT: "*El futuro del trabajo y de la calidad en la sociedad de la información: el sector de los medios de comunicación, la cultura y las industrias gráficas*". La calidad denota no sólo la forma y el contenido del trabajo en sí mismo sino también las aptitudes del periodista, su capacidad y desempeño, y fundamentalmente:

La posibilidad para el trabajador de hallar bienestar material en la realización de un trabajo determinado, en condiciones de libertad, dignidad, igualdad de oportunidades y seguridad." (Informe OIT, 2004: 10)

Cuando hablamos de la **capacitación** de un periodista ¿a qué nos estamos refiriendo? En Argentina son muchos los Institutos y Facultades privados que en promedio de tres años otorgan el título para ejercer la profesión periodística. En la Universidad de Buenos Aires se accede a través del estudio de la Licenciatura en Comunicación. A pesar de esto, la Federación Internacional de Periodistas considera periodista profesional a:

toda persona cuya actividad principal, regular y retribuida, consiste en aportar su contribución,



por medio del texto, la palabra o la imagen, a una o varias publicaciones de la prensa escrita o audiovisual, y que con tal actividad obtiene la parte principal de sus ingresos.”

También en Argentina es necesario matricularse como periodista profesional:

Los que tengan 24 meses de desempeño continuado en la profesión, hayan cumplido 20 años de edad y sean afiliados a la Caja Nacional de Jubilaciones y Pensiones de Periodistas. (Art. 18 Estatuto del Periodista, Argentina)

Tanto la Matrícula Nacional de Periodistas como el carnet profesional son obligatorios y habilitantes.

Desde la Federación Internacional el requisito principal para ser periodista es la fluidez para escribir, y en varios países sólo se requiere el secundario completo para ingresar en la profesión como *'reportero principiante'*. En Francia es posible ejercer la profesión de periodista sin haber estudiado en una escuela de periodismo. La eterna discusión sobre los beneficios y desventajas de la colegiación profesional del periodista.

En los últimos 20 años, en Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Panamá, Perú y Venezuela, se establecieron colegios profesionales de periodistas que exigen el requisito que los nuevos profesionales sean graduados universitarios.

Lo cierto es que en estos casos la acreditación de periodista se obtiene luego de algunos años de trabajar en un mismo medio de comunicación, que varía de acuerdo a cada país.

La Federación Internacional de Periodistas se opone a la colegiación obligatoria y control colegiado de la profesión, sin embargo, considera que la inscripción voluntaria de los periodistas en el registro profesional contribuye a su sindicación y puede aportar a la defensa de la libertad de prensa.

Los periodistas italianos para poder ejercer su profesión deben estar inscriptos en la *Ordine dei Giornalisti*, pero para pertenecer a esta orden deben haber trabajado como mínimo 18 meses en un periódico (una suerte de pasantía argentina) o en la redacción de una radio o televisión o en una agencia de noticias. Deben tener 21 años cumplidos y haber aprobado un examen escrito y oral sobre el periodismo y aspectos de la legislación italiana sobre la profesión. Es decir, que para ser periodista italiano es necesario primero conseguir un trabajo que me habilite como tal y donde pueda permanecer allí 18 meses.

La OIT aún señala que el trabajo de los periodistas se establece en mayores porcentajes como empleados de algún medio de comunicación que de manera independiente. Si bien es cierto que estas afirmaciones se centran más en los tipos de contratación europea y norteamericana, también se afirma que la modalidad de trabajo periodístico independiente va en crecimiento en los últimos años. Esto ocurre a pesar de que a los periodistas independientes se les paga sólo por material publicado; por ello no poseen seguridad en el empleo, su remuneración es muy inferior a la de los periodistas asalariados y también se encuentran en una situación de mayor desprotección respecto de seguridad social. Uno de los factores más tenidos en cuenta para explicar el incremento de periodistas independientes es la inserción cada vez mayor de mujeres periodistas al reincorporarse a su profesión luego de su maternidad. También la atracción en aumento de los jóvenes por esta profesión, y de otros profesionales ajenos a ella. En Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Guyana, México, Panamá, Perú y Uruguay, las leyes laborales para periodistas suelen ser las mismas que rigen para todos los trabajadores en general.

En un informe realizado por la OIT en el 2004, los periodistas se muestran preocupados por la posibilidad de que las tecnologías de la información y la comunicación sirvan para encubrir procedimientos abusivos sobre las condiciones de empleo de la profesión. Frente a este fenómeno los periodistas cambian su forma de trabajo para adquirir mayor productividad enfrentando, al mismo tiempo, fuentes informativas que no poseen los mismos criterios profesionales periodísticos.

Los medios de comunicación en Internet han absorbido a muchos periodistas recién egresados, este es un fenómeno a nivel mundial que se acrecentó a partir del 2003.

La situación contractual de los periodistas en la Web es diferente que la de sus colegas de prensa gráfica; la mayor parte de aquellos deben trabajar a mayor velocidad y menor rentabilidad. Son jóvenes entre 20 y 30 años y muchas veces se los considera como profesionales de nivel inferior (Informe OIT, 2004). Por otra parte, muchos periodistas han sumado horas de trabajo que no son debidamente reconocidas al tener que realizar artículos para diferentes medios (radio televisión y Web) que pertenecen al mismo grupo multimedia.

La idea de que las mujeres deben poseer una mayor **capacitación** que los hombres para conseguir ciertos puestos de trabajo puede haberse convertido en un lugar común a la hora de debatir sobre derechos laborales. Sin embargo, investigaciones que refieren a los comportamientos de hombres y mujeres en el trabajo y que tratan las problemáticas con perspectiva de género



aún reconocen la existencia de estas diferencias. (Burin, 2007) Así, se establece que las mujeres deben enfrentar el doble de exigencias a sus pares varones, se las indaga más respecto de sus vidas privadas y se les exige un nivel mayor de excelencia en su desempeño.

Otro factor incidente en la contratación es la diferencia salarial entre hombres y mujeres periodistas a igual cargo. Hay quienes consideran que esto es un mito feminista que dista mucho de la práctica real.

El ingreso de la mujer al espacio público genera inmediatas comparaciones entre ambos sexos e incita a enfrentar a uno con el otro frente al temor de la pérdida de poder público.

Para forjar algunos cambios podrían extenderse los permisos laborales para el cuidado de los hijos e hijas a los hombres; generar socialmente en cada familia una distribución más igualitaria de las responsabilidades familiares; el Estado a su vez debe mejorar los recursos para el cuidado de las personas dependientes (que generalmente caen al cuidado de las mujeres de la familia); crear escuelas infantiles para ampliar y facilitar el acceso a centros escolares cercanos; y, por sobre todo, "educar en igualdad de derechos y oportunidades a niñas y niños". (Instituto de la mujer, 2003, *'La salud laboral de la mujer'*)

Joan Acker (1987) afirma que son las imágenes sexuales masculinas las que invaden las metáforas y el lenguaje en las organizaciones dando así forma a las actividades laborales y signando el espacio público laboral. Se ejerce una suerte de control sobre el desempeño de las mujeres excluyéndolas del lenguaje corporal masculino. Entonces, cuánto queda aún en los espacios laborales periodísticos de aquello que Acker afirmara veinte años atrás, a saber:

"En la actualidad, la masculinidad hegemónica se caracteriza por la imagen del líder autoritario, fuerte y técnicamente competente que en el aspecto sexual es potente y atractivo, tiene familia y mantiene sus emociones bajo control. (...) Los cuerpos de las mujeres no pueden adaptarse a la masculinidad hegemónica; para funcionar en los niveles más altos de las jerarquías masculinas, las mujeres tienen que anular todo lo que las hace mujeres." (Acker, 1987: 135-136)

En "El ABC de un periodismo no sexista" (Valle, Hiriart y Amado, 1996) se habla de esta problemática desde la experiencia misma de las mujeres periodistas de los años '70, quizá, a modo de cierre de este artículo, sea interesante reflexionar sobre los cambios generados desde aquel entonces.

"Es probable que uno de los peores obstáculos que ha tenido la mujer periodista en su gestión a favor de la igualdad es la autocensura y la autoinhibición de su identidad femenina. Esta respuesta es una estrategia conciente o inconsciente desarrollada por las mujeres periodistas para sobrevivir en el mundo de los hombres. La periodista se afirma como una persona neutra que se comporta, piensa, cubre, reporta y escribe como un hombre. La periodista debe minusvalorar todo lo que tiene que ver con la situación de la mujer y cubrir la noticia de forma 'racional' y 'objetiva'. En los años '70 el mejor elogio que podía hacerse a una mujer periodista era que escribía como un hombre. A esa mujer se le desexualizaba y se le aceptaba en el 'club', cuya tarjeta de entrada le permitía escuchar los chistes sexistas junto a las profundas -y no tan profundas- conversaciones intelectuales de sus colegas varones." (Valle, Hiriart y Amado, 1996: 55-56).

Bibliografía

- Acker**, Joan, (1987), "Jerarquías, trabajos y cuerpos: una teoría sobre las organizaciones dotadas de género", en Navarro Marysa y Stimpson Catherine comp., (2000) Cambios sociales, económicos y culturales, Bs.As., Fondo de Cultura Económica, serie "Un nuevo saber. Los estudios de mujeres".
- Burin**, Mabel, (abril 1993), "Algunos aportes al debate feminismo-posmodernismo", en Revista Feminaria, N° 10, Bs.As.
- Busto**, Alejandra. Labor periodística femenina y problemáticas de género, Tesina de Grado de Licenciatura en Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Argentina. 2010.
- Coria**, Clara, (2004), El sexo oculto del dinero. Formas de la dependencia femenina. (1ª edición 1986), Buenos Aires, ED. Píados.
- Estatuto del Periodista (Argentina), Ley N° 12.908 rectificado en diciembre de 1946.
- Informe de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) "Condiciones de empleo y de trabajo de los periodistas", Programa de actividades sectoriales, Reunión tripartita, 1990, Ginebra.
- Informe de la OIT (Organización Internacional del Trabajo), "El futuro del trabajo y de la calidad en la sociedad de la información: el sector de los medios de comunicación, la cultura y las industrias gráficas", Programa de actividades sectoriales, 2004, Ginebra.
- Instituto de la Mujer, (2003), "La salud laboral de las mujeres", Serie Cuadernos de Educación No Sexista N° 14, Madrid, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Población**, José Ignacio y García Alonso, Pedro, (1997), Organización y gestión de la empresa informativa, España, Editorial Dossat.
- Rivera**, Jorge B., (2000), El periodismo cultural, (1ª edición 1995), Bs. As., Píados, Serie Estudios de comunicación, dirigida por Alicia Entel.
- Valle**, Norma; Hiriart, Bertha; Amado, Ana María, (Marzo 1996), Espacio para la igualdad. El ABC de un periodismo no sexista, en Mujer/ Fempress, Revista mensual de la Red de comunicación alternativa de la mujer, Cáp.2 La escena de los medios.



espectacularización en los noticiarios televisivos

Yadira G. Nieves Pizarro

Universidad Interamericana de Puerto Rico. Recinto de Bayamón. Departamento de Comunicación

Resumen

Los espacios informativos de TV han sucumbido a crear narrativas que reemplazan la información con la espectacularidad de los hechos. El amarillismo y el impacto prima sobre la valoración y el equilibrio de la imagen.

Palabras clave: Amarillismo, imágenes, TV, informativos.

Resumo

Espaços noticiários de TV sucumbiram para criar narrativas que substituem as informações com o espetáculo dos fatos. O amarelo eo impacto sobre o prémio de avaliação e do equilíbrio da imagem.

Palavras-chave: Amarelo, imagens, TV, notícias.

Introducción

Desde el comienzo de la prensa periódica, allá para el siglo XIX¹, en los Estados Unidos, los públicos anhelaban historias consideradas como excitantes, entretenidas o divertidas. La prensa de penique estaba repleta de relatos sobre delitos, historias de pecado, catástrofes o desastres. Hoy día, los tele-informativos en el Caribe y Latino América parecen haber incorporado muy bien este tipo de hechos a su repertorio. En los noticiarios televisivos este modelo de nota es la que lleva una carga espectacular y melodramática.

Pero más allá del que la audiencia exija ese tipo de noticias², hoy día la inclusión de elementos y técnicas catalogadas como espectacularizantes tiene su raíz en una guerra por obtener el primer lugar en las encuestas o "ratings". Los directivos de noticiarios de grandes cadenas televisivas como CBS, han aceptado que el índice de audiencia aumenta cuando se presentan noticias sobre "asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas lamentos; y en otro orden de cosas, terremotos, incendios (...)" (Sartori 84).

Mientras, en nuestra realidad de pueblo latinoamericano, las telenovelas³ no dejan de ser una ficha clave en la

1 Según Gonzalo Abril, autor del libro Teoría General de la Información, el desarrollo del ferrocarril y la posta a nivel de Estados Unidos y Europa durante la revolución industrial permitió el desarrollo de la prensa de masas. Entre 1830 y 1870 nacen y se desarrollan grandes agencias de noticias como Reuters, Prensa Asociada. En este tiempo el periódico de masas también surge en una gran variedad de géneros.

2 Para justificar su programación la dirección de la CBS, una cadena de televisión en los Estados Unidos "ha comentado tranquilamente: <<es simplemente una cuestión de preferencia de los espectadores. El índice de audiencia aumenta con acontecimientos nacionales como terremotos o huracanes>>" (Sartori 85)

3 De acuerdo con Jesús González Requena, en el texto El discurso



batalla por acaparar la atención del público. ¿Cuán provechoso sería para los tele-informativos cubrir una noticia que lleve consigo la posibilidad de extenderse por algún tiempo y con todas las características de un melodrama? Aunque, la alta gerencia de los canales locales exige más dramatismo en los noticiarios para sobresalir en las encuestas de mercado, los profesionales que integran la plantilla de trabajo de las redacciones en los canales de televisión deben aspirar, sobre todo, a cumplir con la tarea periodística (González).

En Puerto Rico el grueso de las producciones incluidas en los canales locales gira en torno a las noticias. Los espacios mañaneros, tradicionalmente dirigidos a la niñez, ahora lo ocupan hombres y mujeres ancla que se expresan con tono jocoso. Son programas informales que ofrecen informes del tránsito y tiempo, entrevistas de salud y el tema del día. En estos informativos una noticia es repetida cada 30 minutos en un intervalo de cuatro o tres horas. Luego, en las ediciones del resto del día, es ampliada, reseñada desde distintos ángulos, promocionada en los adelantos, para más tarde, en la edición nocturna, ser retransmitida por quinta ocasión.

Pero, ¿cuándo es demasiada repetición? ¿En qué punto la saturación de información es desinformación? El exceso de visibilidad puede provocar saturación y conducir a cierta insensibilidad por parte de los ciudadanos (Imbert). Por su parte, Jesús Martín-Barbero en el libro *Teoría General de la Información* de Gonzalo Abril, advierte sobre la prensa que, más allá de producir noticia⁴, de investigar, se convierte en una narradora de acontecimientos. Los investigadores coinciden en que el acontecimiento es un texto pre-producido:

Un acontecimiento no es más o menos objetivo que una noticia, sin embargo, sí es algo construido (...) por el texto de noticia que lo representa. Si bien es cierto que el acontecimiento es imprevisible, implicativo en cuanto a la cantidad de personas que pueden verse concernidas por él (...) éste vive en y de la noticia (Abril 247).

El acontecimiento no es un fenómeno objetivo (Abril). En primer lugar éste debe concernir al sujeto que lo percibe para ser catalogado como tal, y además, siempre es mediado por el discurso periodístico. Entonces, por hallarse subordinado a la interpretación y a la práctica periodística, el acontecimiento en el relato

Televisivo: espectáculo de la posmodernidad, en nuestra cultura televisiva la telenovela o culebrón es "el relato de ficción dominante más extendido y más masivamente consumido".

4 Noticia es la divulgación de un suceso. Sin embargo, la definición varía depende del medio: en la prensa escrita la construcción de lo que sucedió, en la radio y la televisión noticia es el relato de lo que está sucediendo. También define noticia como "la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento" (Martini 33).

noticioso tiende a vaciarse de información y llenarse de sensacionalismo y espectáculo (Abril).

Los medios de países en vías de desarrollo están sujetos a monopolios mediáticos que en muchas ocasiones anteponen el capital a la libertad de prensa (McQuail). Su dinámica de mercado es única, donde las prioridades económicas se imponen sobre las sociales e ideológicas. Por ello es lógico conjeturar que la falta de un periodismo que va más allá de la rutina a la que circunscribe el medio, tal vez se deba a que los medios están controlados por administradores de empresas y supeditados a las proyecciones de "marketing" que dictan los llamados "ratings"⁵.

En este escenario, donde la verdad periodística podría verse comprometida, se eleva el estándar de los elementos que debe poseer todo buen periodista. El comunicador, además, debe ser un estudiante constante que sólo se convierte en buen periodista cuando ha adquirido experiencia. Con esto en mente, los comunicadores que laboran en los noticiarios televisivos tienen la responsabilidad de informar al público, de manera tal que éste pueda tomar decisiones, o ejercer su ciudadanía⁶, siendo fieles a los ideales de la profesión. Mantener una ética de trabajo reviste mayor importancia cuando reconocemos que hoy por hoy, el campo de acción ciudadana se forja a través de los medios de comunicación masiva:

El desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación de masas, y las nuevas formas de sociabilidad, prácticas económicas y culturales que éste desarrolló ha fomentado, ha logrado desplazar las formas clásicas de ejercer ciudadanía, y, con ello, la democracia (García en Sepúlveda 23).

A esos efectos, Pierre Bourdieu, en su obra *On Television*, advierte en torno a que cada vez son más los que dependen de la televisión como fuente de información.

5 En la industria de la televisiva, el "rating" es el audímetro, o el instrumento que permite medir la audiencia que observa un programa determinado. Dependiendo de cuanto "rating" tenga un programa será cuan rentable o costo efectivo es para esa empresa mediática (González).

6 El concepto ciudadanía en los estados nacionales modernos se define como:

(...) Un estatus de plena pertenencia de los individuos a una sociedad y se confiere a quienes son miembros a pleno derecho de una determinada comunidad (...) que disfrutan de derechos en tres ámbitos: civil, político y social. El ámbito civil abarca los derechos necesarios a la libertad individual (palabra, pensamiento, fe, propiedad y posibilidad de suscribir contratos, y el derecho a la justicia). El ámbito político involucra el derecho a participar en el ejercicio de poder político, ya sea como miembro de un cuerpo dotado de autoridad política o como elector de los miembros de tal cuerpo. Y por último, el ámbito social abarca tanto el derecho a un "medio" de bienestar económico y seguridad como a tomar parte en el conjunto de herencia social y a vivir la vida de un ser civilizado, de acuerdo con los estándares prevalecientes en la sociedad. (García en Sepúlveda 16).

(...) todos saben que una gran parte de la población no lee periódicos y que depende de la televisión como única fuente de información. La televisión tiene el monopolio de lo que entra en las cabezas de una porción significativa de la población y lo que piensan. Así que, hacer énfasis en los titulares y tanto llenar el tiempopreciado con aire vacío – con nada o casi nada- echa a un lado la información que todos los ciudadanos deben tener para que puedan ejercer sus derechos democráticos. (Bourdieu ¶13) (Traducido por la investigadora).

Por ello, entorpecer la noticia con información trivial o enfatizar en lo espectacular puede ir en detrimento de la profesión y, como consecuencia, afectaría al pueblo que busca un guía para la vida. “La hipertrofia informativa diluye los referentes y hace perder el sentido de la realidad” (Imbert 64). Hay quien argumenta que la ola de espectacularización que arropa a los informativos televisivos⁷ promueve el total aislamiento de la realidad del país y es precursora de una creciente apatía de los ciudadanos a los problemas sociales que lo aquejan. El bombardeo de noticias espectaculares hace que la gente “pierda la capacidad de asombro e indignación” (Reguillo ¶35). Esto cuando las protestas, los asesinatos, los secuestros y las pugnas por el poder político se convierten en nuestro pan de cada día.

Los que miran desde afuera dicen que “la información televisiva podría organizarse mejor, basta comparar la información que está en el periódico con la que sale en televisión”, (Sartori 84). La obligación de mostrar redundante en la presentación de noticias triviales e insignificantes, sentencia. Como consecuencia, lo que mueve los sentimientos y las emociones como son los asesinatos, protestas, lamentos, terremotos, es lo que se ve en televisión.

Su teoría es apoyada por Bill Kovach y Tom Rosenstiel en el texto *Los elementos del periodismo*, quienes esbozan que la estrategia de los noticieros televisivos “se basa en formas y no en contenidos” (Kovach y Rosenstiel 211). En el libro *It's News to me: The making and unmaking of an Editor*, Kosner asegura que en los noticieros televisivos reinan las imágenes y la lógica de cómo llevarlas al aire, las palabras pasan a un segundo plano.

El desafío de los estudiosos del periodismo moderno

⁷ Refiriéndose a la situación de los informativos televisivos mexicanos Lozano Rendón, en su artículo *Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México*, indica: Al igual que el resto de los países occidentales, los noticieros televisivos mexicanos parecen haberse volcado hacia la espectacularización, es decir, hacia el uso de recursos de forma y de fondo que apelan más a los sentidos que a la razón (Lozano 3).

entonces es saber “distinguir el periodismo del éxito, el buen periodismo, del malo o sensacionalista” (Kovach y Rosenstiel 212) teniendo en consideración el medio que se usa como vehículo para difundir la noticia.

La imagen ante todo

Con el pasar del tiempo, el medio televisivo se ha extendido tanto en tamaño como en penetración (Sartori). En los albores del siglo XXI, aproximadamente seis mil millones de habitantes en el globo tienen acceso a la televisión. La tesis de Sartori se basa en que la revolución de los multimedia ha transformado al “homo sapiens”, el ser humano producto del conocimiento a través de la lectura, en un “homo videns” para el cual la imagen ha destronado la palabra.

Precisamente, el talón de Aquiles de los noticieros televisivos es esa imagen de la que tanto dependen. Al respecto señala lo siguiente:

¿Y la televisión? Admitamos que la televisión informa más que la radio, en el sentido que llega a una audiencia más amplia. Pero la progresión se detiene en ese punto. Porque la televisión da menos informaciones que cualquier otro instrumento de información. Además, la televisión cambia radicalmente el criterio de selección de las informaciones o entre las informaciones. La información que cuenta es la que puede filmar mejor; y si no hay filmación no hay ni siquiera noticia, y, así pues, la noticia no se ofrece, pues no es “vídeo –digna” (Sartori 81).

Los requisitos que se auto impone el noticiero televisivo de mostrar “las imágenes” o de estar “en el lugar de la acción” aportan a que esos informativos recurran a noticias que sólo existen porque han sido pre-producidas o montadas para las cámaras. A esto se le denomina el fenómeno de los pseudo-acontecimientos. Esa misma práctica es la que conduce a la trivialización, o sea, a “la fabricación de noticias” cuyo valor informativo o formativo es cero (Sartori 83).

En esa misma línea, a menudo nos topamos con que los noticieros televisivos muestran imágenes de apenas algunos segundos sobre un suceso cuyo contexto lleva enraizado una historia con muchas caras. Por ejemplo, el relato del más reciente asesinato, un Fulano vecino del Residencial⁸ Tal, llevaría a cualquiera a pensar que en esa gente se origina la violencia, la inseguridad y el

⁸ El residencial público es un conjunto de viviendas administradas por el gobierno de Puerto Rico y donde residen personas de escasos recursos. Este concepto de vivienda inicio en la década de 1950 con el propósito de erradicar los arrabales en San Juan y otras ciudades del país. Hay quien argumenta que a los pobres se les confinó en esos espacios lo que terminó marginándolos y excluyéndolos de la sociedad (García en Sepúlveda).

deterioro de la sociedad puertorriqueña. A menudo los medios etiquetan a las personas de quienes hablan a través de un discurso donde se "configuran los miedos que la sociedad experimenta ante ciertos grupos y espacios sociales" (Reguillo 155). Por eso es que los medios fortalezcan ese imaginario sobre los habitantes de los residenciales al ofrecer "un solo ángulo de la interpretación" (Reguillo 111). La práctica de presentar una sola cara de ese acontecimiento, instaurada en la mayoría de los telediarios boricuas, puede atribuírsele a la inmediatez que supone el medio televisivo.

Conclusión

Los requisitos que se auto impone el noticiario televisivo de mostrar "las imágenes" o de estar "en el lugar de la acción" aportan a que los informativos destaquen hasta la saciedad noticias que impactan o llaman la atención del público. Esa práctica conduce a la trivialización, o sea, a la fabricación de noticias cuyo valor informativo o formativo es cuestionable (Sartori). Precisamente, según Ignacio Ramonet en su artículo El periodismo del nuevo siglo, el hecho que la información hoy día es súper abundante; además, extremadamente rápida, contribuye a la crisis que vive el periodismo televisivo. Pero, la información ante todo, sentencia, es mercancía. Está sometida a las leyes del mercado de oferta y demanda. Sin embargo, el que maneja la mercancía debe estar consciente de la responsabilidad que reviste poseerla. El comunicador tendrá a su haber la capacidad de "influir en el nivel de democracia y cultura social de un pueblo" (Riveré 51).

El periodista del siglo XXI no debe ignorar que la espectacularización es parte de la realidad del mercado en el que se desenvuelve el medio para el cual trabaja. Ser conscientes del efecto que la combinación imagen y palabra tienen sobre el público e implementar los principios periodísticos en medio de la vorágine de las rutinas de producción, de las demandas de los altos directivos de la televisión, es el reto de los que laboran en los noticiarios.

Ante un sistema de jerarquía y propiedad, que reclama rentabilidad inmediata, el comunicador entra en una contradicción entre lo que se le pide y lo que piensa realmente (Ramonet). El periodista televisivo está llamado a entrar en un proceso de autocrítica. Así mismo el medio, que todos ven pero que no puede verse, debe examinarse. Pero es el comunicador quien debe evaluarse cada vez que elabora una noticia. John Thompson, en su obra El escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación, sugiere reconocer que sus trabajos están ahí para el escrutinio público y que tienen la capacidad de destruir reputaciones, socavar la confianza de fuentes, informar o desinformar, sobre todo.

En su tiempo, la prensa de penique demostró ser un excelente instrumento de control social que servía a los intereses de distintos grupos. Este tipo de periódico era "un negocio para sus editores, una fuente de entretenimiento (...) para la clase obrera, un instrumento de propaganda para los dirigentes políticos y una herramienta de captación para los empresarios comerciales" (Abril 219). Cabría preguntarse si las televisoras, y por consiguiente los que laboran en sus noticiarios, realizan las mismas funciones que los periódicos de penique en la sociedad puertorriqueña moderna. Teniendo en cuenta la responsabilidad social que conlleva el periodismo, sumado a las dificultades del ejercicio de la profesión se hace un llamado al periodista "a contribuir, de manera protagónica, con la construcción de un proyecto de nación" (Flores 55).

Bibliografía

- Abril, G.** Teoría general de la información: Datos, relatos y ritos. Madrid, España: Cátedra. 2005.
- Acevedo, M.** Manual para periodistas: Conocimientos y principios básicos. Río Piedras, Puerto Rico: Editorial Plaza Mayor. 2000.
- Bourdieu, P.** On Television. New York, EEUU: The New Press. 1998.
- Flores, P.** "El papel de los relatos noticiosos en la construcción de un proyecto comunicativo para la paz en Colombia." Diálogos de la Comunicación. 61 (2001) 46-55.
- González, J.** El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Madrid, España: Cátedra. 1999.
- Imbert, G.** El zoo visual: De la televisión espectacular a la televisión especular. Barcelona, España: Gedisa. 2003.
- Kosner, E.** It's News to Me: The Making and Unmaking of an Editor. Nueva York: Thunder's Mouth Press. 2006.
- Kovach, B., Rosenstil, T.** Los elementos del periodismo. Madrid, España. El País. 2003.
- Lozano Rendón, J.** "Espectacularización de la información en noticieros televisivos de Canadá, Estados Unidos y México." Diálogo Político, 21.1 (2004).
- Martini, S.** Periodismo, noticia y noticiabilidad. Bogotá, Colombia: Norma. 2000.
- McQuail, D.** Introducción a la teoría de comunicación de masas. Barcelona, España: Paidós. 2000.
- Oviedo, J.** "El poder mediático: La fascinación de la imagen." (abril, 2001). Sala de Prensa. <www.saladeprensa.org>
- Ramonet, I.** El periodismo del nuevo siglo. La factoría. (1999, febrero) <<http://www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm>>
- Reguillo, R.** Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto. México: Grupo Editorial Norma. 2003.
- Rivieré, M.** El malentendido. Barcelona, España: Icaria Editorial. 2003.
- Sartori, G.** Homo videns: La sociedad teledirigida. Madrid, España: Taurus. 2001.
- Sepúlveda, H.** Bajo asedio: Comunicación y Exclusión en los Residenciales públicos de San Juan. San Juan, Puerto Rico: Editorial Universidad. 2003.
- Thompson, J.** El escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona, España: Paidós. 2001.