

513-514

mayo - junio 2016

La comunicación en disputa



Foto de portada

Midia Golpista

Felipe Bianchi/Centro Barão de Itararé

Diseño editorial

Verónica León

**Publicación internacional de
análisis y opinión de la Agencia
Latinoamericana de Información**

ISSN No. 1390-1230

Director: Osvaldo León

ALAI: Dirección postal
Casilla 17-12-877, Quito, Ecuador

Sede en Ecuador
Av. 12 de Octubre N18-24 y Patria,
Of. 503, Quito-Ecuador
Telf: (593-2) 2528716 - 2505074
Fax: (593-2) 2505073

URL: <http://alainet.org>

Redacción:
info@alainet.org

Suscripciones y publicidad:
alaiadmin@alainet.org

ALAI es una agencia informativa, sin fines de lucro, constituida en 1976 en la Provincia de Quebec, Canadá.

Las informaciones contenidas en esta publicación pueden ser reproducidas a condición de que se mencione debidamente la fuente y se haga llegar una copia a la Redacción.

Las opiniones vertidas en los artículos firmados son de estricta responsabilidad de sus autores y no reflejan necesariamente el pensamiento de ALAI.

Suscripción versión impresa (10 números anuales)

	Individual	Institucional
Ecuador*	US\$ 34	US\$ 40
A. Latina	US\$ 60	US\$ 80
Otros países	US\$ 75	US\$ 140

* incluye IVA

Cómo suscribirse:

www.alainet.org/revista.phtml
se aceptan pagos por Internet

La comunicación en disputa

- 1** La comunicación popular es el camino
Osvaldo León
- 4** La comunicación y el paradigma del Vivir Bien/Buen Vivir
Adalid Contreras Baspineiro
- 8** Comunicación y política: la imposibilidad de separarlas
María Cristina Mata
- 11** Monopolio mediático y golpe en Brasil
Renata Mielli
- 14** Venezuela: Blanca Eekhout "El objetivo es tener un pueblo comunicador"
Carla Zambrano
- 17** Argentina: Ley de Medios Audiovisuales avasallada
Néstor Busso
- 20** Bolivia - Comunicación: una agenda pendiente
Mary Ann Lynch
- 23** ¿Casi una década ganada en la democratización de la comunicación en Ecuador?
Hernán Reyes Aguinaga

- 26** El Salvador: Inicia proceso de democratización de las comunicaciones
Leonel Herrera
- 29** Colombia: Medios, posconflicto y posacuerdo de paz
Equipo desdeabajo
- 31** Cuba – EUA: Dialogar para construir la unidad
Tamara Roselló Reina
- 34** El triple desafío de comunicar para la integración
Javier Tolcachier
- 37** Una perspectiva desde ALBA Movimientos: Comunicación e integración
Alcides García Carrazana
- 40** Luchas ciudadanas en torno a Internet
Sally Burch
- 43** Software libre: Dinamismo, mestizaje y nuevo horizonte
François Soulard
- 45** Tecnopoltica y nuevo tiempo social
Francisco Sierra Caballero
- 48** (Re)pensar la publicidad
ALAI



Una iniciativa que busca el aporte de aquellas personas que se identifican con nuestra señal y la democratización de la información.



La comunicación popular es el camino

Oswaldo León

Golpear a todo lo que mínimamente huele a democratización de la comunicación -eje estratégico para superar las asimetrías existentes y desmonopolizar la palabra en beneficio de un mayor pluralismo y diversidad-, parece ser una de las prioridades de los gobiernos de derecha, legítimos e ilegítimos, en la región.

De un plumazo y de entrada de juego, Mauricio Macri, al asumir su mandato en Argentina, vía decreto ejecutivo prácticamente desarma la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, para proteger al puñado de monopolios mediáticos que gravitaron en su elección. Esta ley, una de las leyes más discutidas de la historia de ese país, fue aprobada en 2009 tras una laboriosa construcción ciudadana con la participación de una multiplicidad de sectores sociales y políticos.

En Brasil, donde está en curso un golpe palaciego impulsado por poderes fácticos (empresariales, mediáticos, sectores judiciales, policiales y de la derecha parlamentaria), el presidente interino Michel Temer no solo que intenta cerrar el Ministerio de Cultura, sino también intervenir ilegalmente la Empresa Brasileña de Comunicación, organismo creado en 2007 para gestionar las emisoras públicas federales de radio y televisión. De hecho, una de las poquísimas medidas adoptadas en este campo por el expresidente Lula.

El mensaje es claro: no les basta con tener un poderoso blindaje mediático, también quieren poner coto a las conquistas (mayores o menores) que se inscriben en la óptica de democratizar el campo comunicacional. Es más, por el carácter antipopular de las políticas que contemplan sus programas neoliberales, incluso buscan aniquilar cualquier espacio de manifestación pública.

Una lucha tenaz

Durante la campaña electoral de 2010 en Brasil, la presidenta de la Asociación Nacional de la Prensa, María Judith Brito, sin mayor tapujo señaló: “los medios de comunicación han asumido de hecho una posición opositora en este país ya que la oposición está profundamente fragilizada”. Y, precisamente, por ese rol de articulador político que asumen esos medios es que nació el calificativo de Partido de la Prensa Golpista (PIG, por sus siglas en portugués). Y que hoy está jugando un rol clave en el golpe que apunta a imponer el poder económico sobre la decisión democrática.

Por lo mismo, el pasado 5 de mayo, con diversas manifestaciones públicas, ese país fue escenario de la “Jornada Nacional de Lucha contra el Golpismo Mediático”, para denunciar “cómo el monopolio privado en las comunicaciones, representado principalmente por las Organizaciones Globo, hiere a nuestra democracia, la libertad de expresión y el derecho a la comunicación”.

Convocada por el Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC) y el

Oswaldo León, comunicólogo ecuatoriano, es director de la revista *América Latina en Movimiento*.

Frente Brasil Popular (FBP), esta jornada es un testimonio vibrante de la disputa que se confronta en el campo comunicacional en nuestra región: la aspiración de fuerzas populares por hacer valer el derecho a la comunicación frente a una estructura mediática concentrada en manos de unas cuantas familias o corporaciones, que pretende definir la suerte de nuestros países.

Uno de los cambios que se registra en la región, justamente, es que se ha instalado en el debate público el tema de regulaciones al sistema mediático, que anteriormente era considerado como un asunto intocable. Y esto, sobre todo por la revitalización de movimientos por la democratización de la comunicación, ya que esta causa ahora es asumida por una pluralidad de sectores sociales y políticos, siendo que anteriormente estaba circunscrita a ciertos actores involucrados directamente en este ámbito.

En el campo de los gobiernos progresistas, donde inicialmente prima un sentido “pragmático” de buscar “entendimientos” con los pesos pesados del poder mediático hegemónico, con el tiempo y al calor de la disputa política en algunos países se da paso al reconocimiento del Derecho a la Comunicación en marcos constitucionales y en leyes específicas. En unos casos como resultado de una construcción ciudadana, en otros como secuela de una correlación de fuerzas.

Sin embargo, por la lentitud y limitaciones en la implementación de tales disposiciones legales los cambios que se operan quedan muy fragilizados y expuestos a una permanente arremetida del poder mediático, que se mueve de manera muy sincronizada, nacional e internacionalmente, en torno a ejes estratégicos definidos, con ofensivas comunicacionales integrales y sobre la base de un tejido de diversos sectores muy articulado (partidos políticos, Ongs, *think tanks*, sectores académicos, gremios, etc.).

Enfoques

En este escenario, como trasfondo se puede apreciar las dificultades para articular políticas y estrategias comunicacionales, tanto en las esferas oficiales como en los movimientos políticos y sociales que propician tales cambios. De ahí, la persistencia de actitudes reactivas, ancladas a las matrices de los oponentes, y de respuestas dispersas y fragmentadas que priman en su accionar, por lo general en tono panfletario, cuando en el plano de las ideas lo que importa es confrontar las ideas fuerza del oponente, con el eje centrado en la contundencia argumentativa propia.

A nuestro entender, en gran medida esto se debe a que prevalece una visión instrumental de la comunicación que se limita a la herramienta unidireccional centrada en la información y la diversión, con los mismos patrones y formatos definidos por el poder del sistema dominante. Consecuentemente, la comunicación queda reducida a los medios masivos y el marketing (por extensión a las redes digitales), contemplando marginalmente a otras expresiones comunicativas y artísticas. Con esta visión, además, se deja de lado el componente relacional y dialógico propio de esta actividad humana, lo que redundará en el divorcio entre comunicación y cultura.

Ante la necesidad de analizar con aplomo el curso de los acontecimientos, conviene recordar que durante décadas, desde un posicionamiento crítico a tal enfoque, la comunicación popular ha asumido que más allá de transmitir, importa compartir, en términos dialógicos y participativos. Por lo mismo, rescata las condiciones de producción y reproducción social del sentido, dando particular importancia a las dinámicas organizativas y de movilización que son nodales para realmente emprender procesos de cambio. Como en la lucha por los cambios la disputa ideológica-cultural es la de mayor trascendencia, porque encara la cuestión de la hegemonía, es esta perspectiva que precisa ser potenciada en todos los niveles como soporte clave para hacer efectivo el protagonismo popular en tiempos complejos. ◀



Este libro recoge tanto posicionamientos de coordinaciones y organizaciones sociales, como plataformas comunes y normativas legales que están abriendo brecha para que esta conquista se haga realidad, junto con el reconocimiento pleno del Derecho a la Comunicación.

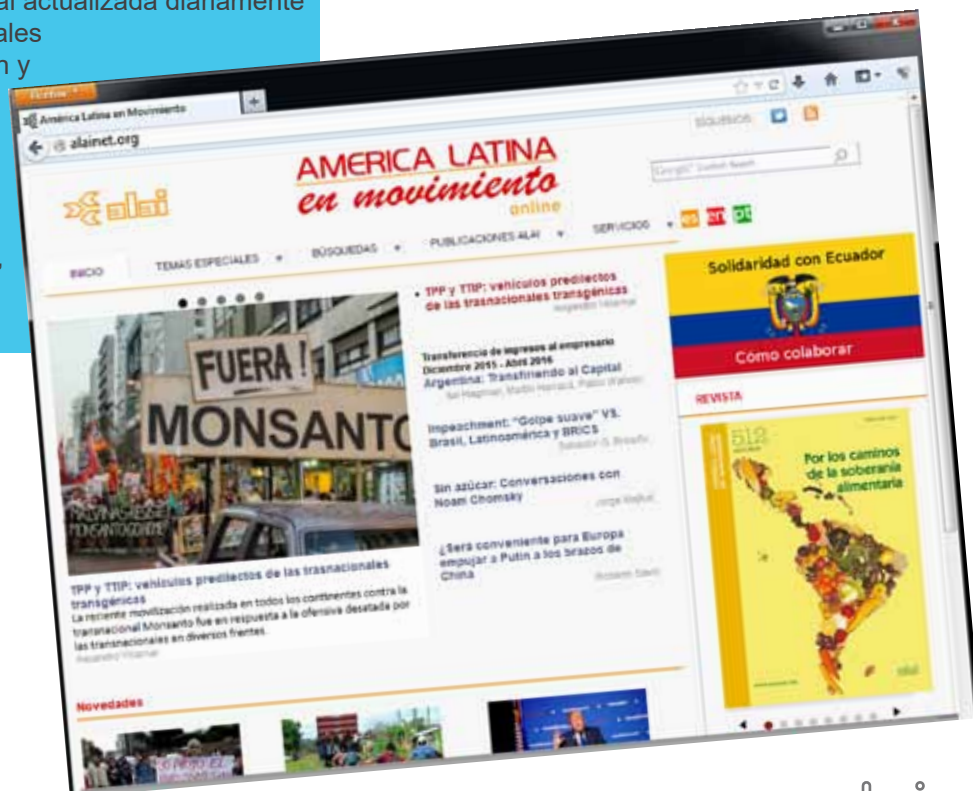
Democratizar la palabra Movimientos convergentes en comunicación

edición digital en www.alainet.org/publica/democom
edición impresa: América Latina US\$25,00 - Resto Mundo US\$30,00

www.alainet.org

nuestro sitio con *nueva imagen*

- realidad regional actualizada diariamente
- dinámicas sociales
- noticias, opinión y análisis
- más de 82 mil documentos clasificados
- búsquedas por tema, autor, fecha, país, palabra.



La comunicación y el paradigma del Vivir Bien/Buen Vivir

Adalid Contreras Baspineiro

Un paradigma comunicacional

El Vivir Bien/Buen Vivir es un paradigma comunicacional por su carácter relacional de sociedades, de tiempos, de espacios, de culturas, y del hombre con la naturaleza. Es la cosmovisión de la “*cosmoconvivencia*”, que pone en relación (comunicación) integral e interdependiente cuatro otras visiones del mundo: la cosmocéntrica (el centro es el cosmos), biocéntrica (el centro es la vida), etnocéntrica (el centro es el ser humano) y ecocéntrica (el centro es la naturaleza)

El carácter comunicacional del Vivir Bien/Buen Vivir se refleja también en el carácter y naturaleza de los principios que lo sustentan. Así, el principio de la *armonía* pone en relación a los seres humanos consigo mismos, con otros seres humanos en sociedad y, de manera individual y colectiva, con el entorno natural y cósmico. Asimismo, la *complementariedad* provoca encuentros entre diversos-distintos y la *reciprocidad* dinamiza la capacidad de corresponder proporcionalmente las solidaridades.

La búsqueda del *equilibrio* provoca interacciones para la superación de las desigualdades y exclusiones con prácticas de justicia, rela-

ción fraterna, y el reconocimiento afectivo, solidario y amistoso priorizando los acuerdos, para lo cual otro principio, el de la *integridad*, activa valores, responsabilidades, obligaciones y compromisos vinculantes entre seres humanos y de éstos con la *Pachamama* (Madre Tierra/Cosmos)

Otro principio en el que se sustenta el Vivir Bien/Buen Vivir es el de la *interculturalidad*, entendiendo que traspone el mero (re)conocimiento de los diversos para promover interacciones que superen las asimetrías sociales, económicas y de poder bajo condiciones de respeto en coexistencias antagónicas y complementarias. Este sentido comunicacional se profundiza con el *devenir histórico*, principio que articula pasado, presente y futuro.

Una comunicología del sur

El Vivir Bien/Buen Vivir tiene su momento constitutivo en los saberes, prácticas y culturas enraizadas en los pueblos del *Abya Yala* y sus fecundas experiencias de vida comunitaria con las que sostienen resistencias a centenarias historias de dominación. Junto con ellos, las luchas antisistémicas de obreros, jóvenes, pobladores urbanos, mujeres, defensores de los derechos humanos y otros, así como también políticas estatales centradas en la justicia de los derechos colectivos y de la naturaleza, son las semillas de construcción de una vida donde se trabaja por transformar el sistema capitalista, desestructurar los ras-

Adalid Contreras Baspineiro es sociólogo y comunicólogo boliviano. Ex Secretario General de la Comunidad Andina - CAN.

gos del (neo)colonialismo, cuestionar el patriarcado, revertir las prácticas depredadoras del medio ambiente, combatir la corrupción, y superar el desarrollo lineal confundido con progreso.

Ahora bien, si el Vivir Bien/Buen Vivir es una respuesta civilizatoria a la deshumanización capitalista - (neo)colonial, la Comunicación para el Vivir Bien/Buen Vivir es la respuesta a la funcionalización de los procesos de comunicación a estos sistemas, puesto que no es posible una nueva era con sistemas secuestrados por un sentido empresarial-utilitario de la libertad de expresión, o con medios que opacan las identidades múltiples, exaltan el individualismo, fomentan el culto al miedo, y banalizan la vida socapando mediáticamente golpes blandos y duros a la democracia.

La Comunicación para el Vivir Bien/Buen Vivir es entonces al mismo tiempo el camino y la utopía. Se hace en el vientre mismo del capitalismo que pretende superar, a veces con arrastres y otras con rompimientos, desde los tejidos de una cotidianeidad material y simbólica trabajada en relaciones colaborativas, solidarias, incluyentes y suficientes para una vida sana, sin excesos, sin carencias, sin apuros ni angustias.

Hablar como personas

Para construir la sociedad del Vivir Bien/Buen Vivir necesitamos una comunicación que construya la cultura de la convivencia. Necesitamos potenciar la comunicación popular que desarrolla batallas por las significaciones de un mundo justo, incluyente, promoviendo las expresiones de los pueblos que rompen sus silencios, que se visibilizan desde sus propias identidades, e irrumpen con su palabra interpeladora, impugnadora, contrahegemónica y expresiva de la construcción de una nueva sociedad.

Necesitamos del *aruskipasipxañanakasakipunirakispawa* aymara (necesariamente debemos siempre comunicarnos unos a otros), por

su sentido inclusivo/dialogal (comunicarnos unos a otros) en el ámbito de los intercambios de discurso y por su sentido vinculante (la obligación de comunicarnos) en la práctica social, para arribar a entendimientos, compromisos y decisiones. Desde esta perspectiva, la Comunicación para el Vivir Bien/Buen Vivir es “*un proceso de construcción, de/construcción y re/construcción de sentidos sociales, culturales, políticos y espirituales de convivencia intercultural y comunitaria con reciprocidad, complementariedades y solidaridad; en el marco de una relación armónica personal, social, con la naturaleza y el cosmos; para una vida buena en plenitud que permita la superación del vivir mejor competitivo, asimétrico, excluyente e individualizante...*”¹.

Los caminos para la realización de esta caracterización los encontramos en la recuperación que hace Silvia Rivera del *jaqin parlaña* (hablar como personas), que consiste en escuchar para hablar; saber lo que se habla; y refrendar las palabras con los actos². Elementos a los que, basándose en el sentido del *jaqi aru* (palabra de la gente), David Choquehuanca suma el saber soñar³.

El *escuchar para hablar o saber escuchar* equivale a “escucharnos con todos los sentidos”, a nosotros mismos revalorizando el silencio como un momento de profundo sentido comunicativo; en sociedad, partiendo de las expresiones múltiples de los otros comunicacionales en sus contextos y palabras; y también escuchar a la Madre Tierra descentrando las miradas hacia ópticas que muestran cómo fluyen en forma combinada las voces del ambiente,

1 Contreras Baspineiro, Adalid, *Sentipensamientos. De la comunicación-desarrollo a la comunicación para el vivir bien*. Quito, UASB / Editorial Tierra, 2014, p. 81

2 *Conversa del mundo* entre Silvia Rivera Cusicanqui y Boaventura de Sousa Santos, en el Hotel Allkamari, Valle de las Ánimas, La Paz, Bolivia, el 16 de octubre de 2013. Publicado el 12 de marzo de 2014 en <http://alice.ces.uc.pt/news/p:2753>

3 Choquehuanca, David, *Suma qamaña: vivir bien, no mejor*. Koinonía, Agenda latinoamericana, 2010, p. 1

los sonidos de la naturaleza y la filosofía de los pueblos cuya existencia se rige bajo el principio de la vida.

El *saber lo que se habla o saber compartir*, implica dotarle de sentido educativo al proceso comunicativo, pues no van a ser procesos de difusión, publicidad o transmisión de conocimientos los que van a legitimar el Vivir Bien/Buen Vivir, sino prácticas dialogales argumentadas las que van a permitir la sistematización de las experiencias así como la producción de nuevos conocimientos, para su apropiación crítica en las reivindicaciones sociales y en las políticas públicas.

El *refrendar las palabras con los actos o saber vivir en armonía y complementariedad* recrea pensamientos y prácticas donde la reciprocidad se reconoce como forma de vida, la comunidad como forma de organización, la convivencia con la naturaleza y el cosmos como identidad, la igualdad entre hombres y mujeres como cotidianeidad, la equidad como dignidad y la vida plena como destino. Para ello los Estados promueven políticas inclusivas; la ciudadanía practica formas de vida comunitaria; y la comunicación dinamiza espacios donde los diversos intercambian historias, testimonios y proyectos que se complementan en sociedades de la solidaridad.

El *saber soñar* mirando lo trascendente más allá de lo aparente, es trabajar una ecología integral económica, ambiental, social y cultural⁴, con medidas posibles que permitan que los bienes comunes universales como el agua, la biodiversidad o el aire sean derechos globales a los que todos y todas podamos tener acceso, del mismo modo que al disfrute de otros derechos como la educación, la alimentación, la salud, la vivienda y la comunicación.

Comunicación de la convivencia

La Comunicación para el Vivir Bien/Buen Vivir por sus características inclusivas de las socie-

4 Como plantea la Encíclica *Laudatio Sí*, Capítulo IV, Ecología Integral

dades y culturas es participativa; por su aporte a la armonización de las sociedades con la naturaleza y el cosmos es educativa; y por su orientación política es popular. Su concepción metodológica articula *acceso - diálogo - participación*⁵ - *convivencia*, trascendiendo los intercambios discursivos para abarcar las prácticas sociales; y su lógica metodológica *-tetraléctica-* relaciona cuatro momentos en la construcción de sentidos: *“sentir/pensar - decidir/actuar - volver/convivir - celebrar/esperanzar*, siguiendo una secuencia circular y no lineal, integral y no fragmentada, y de complementariedades más que de oposiciones.

El *sentir/pensar* se origina en la unidad indivisible de los *sentipensamientos*⁶ que expresan las apropiaciones y recreaciones de la realidad histórica desde nuestros saberes y sentires, desde nuestras realidades reales e imaginadas, en suma, desde nuestras identidades, con enunciaciones de la palabra que interactúa provocando cuestionamientos al (des)orden establecido y tejiendo propuestas desde experiencias colaborativas, personales y colectivas.

El *decidir/actuar* explica la realidad en sus causas estructurales y en sus contextos, logrando la capacidad de crear, profundizar, proyectar y ampliar críticamente las experiencias del Vivir Bien/Buen Vivir en espacios locales, regionales, nacionales, planetarios, ciudadanos y estatales.

El *volver/convivir* se inicia en los valores personales, para con ellos avanzar hacia complementariedades con otros, alimentándose mutuamente y de manera permanente las ventajas de la convivencia comunitaria, a sabiendas que cada sociedad escribe sus historias con sus letras, en su lengua, con sus

5 Beltrán, Luis Ramiro, “Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal”, en *Comunicación y Desarrollo*, N° 6. Sao Paulo, Cortez, 1981, pp. 19-20

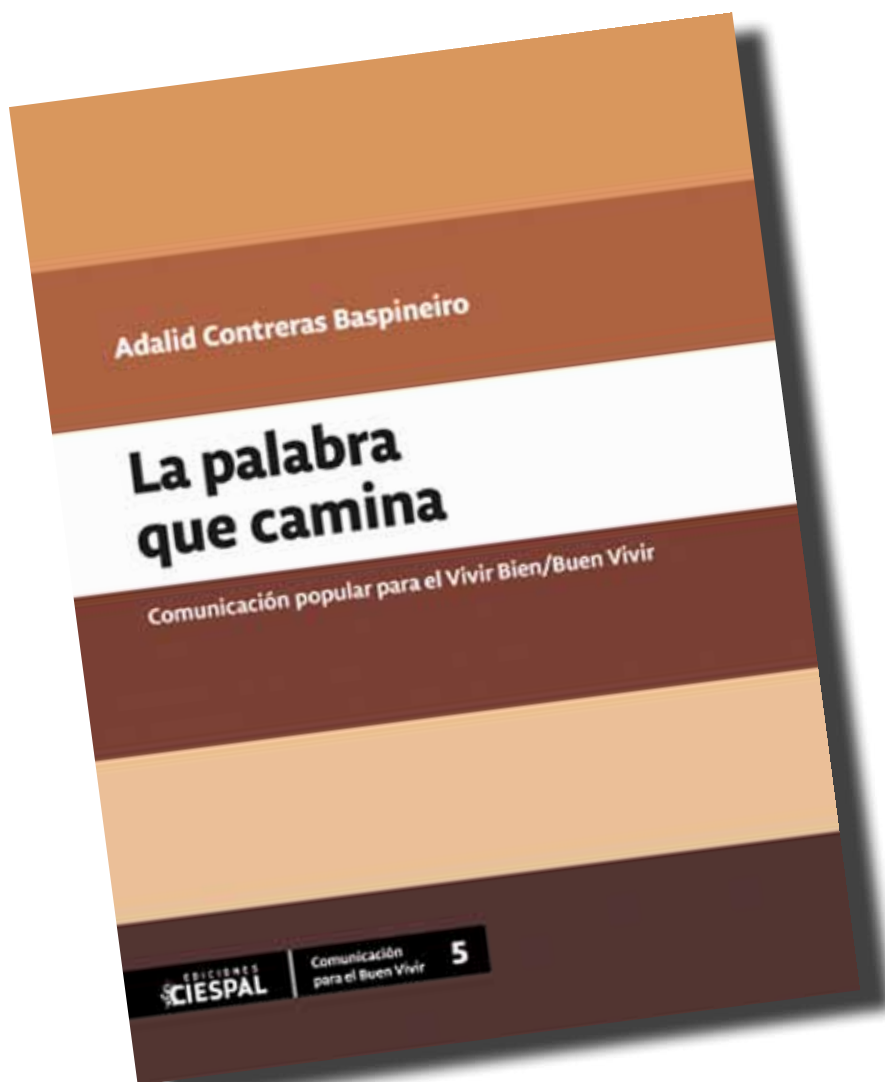
6 Siguiendo el concepto que Orlando Fals Borda recuperó de los pescadores del río Magdalena para significar que pensamos y sentimos al mismo tiempo

representaciones, desde sus vivencias y sus imaginarios, resemantizando y reterritorializando sentidos. <

El *celebrar/esperanzar* busca generalizar las prácticas del Vivir Bien/Buen Vivir, transformando la realidad con mística y compromiso. En este momento cobra sentido el valor pedagógico de la pregunta sobre lo propio, la memoria acumulada, la identidad y, sobre todo sobre el futuro, para conocerlo y construirlo

con esperanza, celebrando las acumulaciones históricas de la vida en convivencia.

Todo lo dicho nos muestra que la Comunicación para el Vivir Bien/Buen Vivir es un derecho que restaura la utopía por un *Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación* con *Políticas Plurinacionales de Comunicación* para generar procesos interculturales de democratización de la palabra en comunidades de comunicación. <



<http://ediciones.ciespal.org/libros/la-palabra-que-camina-adalid-contreras-baspineiro/>

Comunicación y política: la imposibilidad de separarlas

María Cristina Mata

Hace alrededor de 15 años, uno de los más lúcidos intelectuales argentinos, Sergio Caletti, señalaba que una de las dificultades para pensar críticamente las vinculaciones y entrecruzamientos entre los fenómenos comunicacionales y políticos era la naturalidad misma de esos cruces aunada a la persistencia de una “concepción en última instancia técnica de la comunicación y la política”¹; es decir, a la identificación de la comunicación con estrategias de producción y diseminación de mensajes y de la política con un aparato o maquinaria social y, por consiguiente, como institucionalidad regulada.

A pesar de las muchas complejizaciones realizadas desde entonces, ese modo de pensar la comunicación y la política sigue hoy predominando. Esa persistencia se refleja en las numerosas producciones que se interrogan acerca del modo en que la comunicación -en términos de tecnologías y estrategias- afecta a la política en términos de actividad institucionalizada. Así proliferan los estudios que culpan a medios y tecnologías del deterioro de la política convertida en espectáculo o entretenimiento o, en las antípodas, los que auguran avances democratizadores y participativos gracias a las redes y la interactividad.

No es posible superar esas perspectivas restringidas y dicotómicas si se opera con concepciones instrumentales de la comunicación y la política. El horizonte se modifica, en cambio, cuando además de tener en cuenta las dimensiones institucionales de la política -sus

organizaciones, sus momentos de deliberación y decisión-, la pensamos como esfera y práctica de la vida colectiva en la cual se diseñan y discuten los sentidos del orden social, es decir, los principios, valores y normas que regulan la vida en común y los proyectos de futuro. Y se modifica cuando, sin negar sus dimensiones operativas, pensamos la comunicación como esos complejos intercambios a través de los cuales los individuos y grupos sociales producimos significaciones en permanente tensión y confrontación. Es en ese tipo de nociones que se sostiene la sexta tesis de aquel texto de Caletti, que afirmaba que la comunicación constituye la condición de la política en un doble sentido: porque no puede pensarse el quehacer de la política como discusión de ideas sin actores que discutan, y porque no puede pensarse esa práctica en términos de construcción de proyectos de futuro sin la colectivización de intereses y propuestas.

Esa particular y necesaria articulación entre comunicación y política se produce hoy en un espacio público constituido tanto por lo que yo he llamado “la plaza”, es decir, los espacios tradicionales de agregación y acción colectiva -espacios que van adquiriendo nuevas formas con el paso del tiempo-, y “la platea”, es decir, las prácticas mediáticas que se sostienen en nuestra condición de públicos de medios y usuarios de tecnologías de información y co-

1 “Siete tesis sobre comunicación y política”, en *Diálogos de la Comunicación* N° 63 (37-49). FELA-FACS, Lima, 2001

María Cristina Mata es investigadora y docente de comunicación en la Universidad Nacional de Córdoba Argentina. Acompaña a medios y proyectos de comunicación popular y alternativa en el continente.

municación². Ese espacio público mediatizado es uno de los ámbitos principales donde se dirimen hoy las luchas por el poder político, las luchas por la conducción de la sociedad, que no son independientes del poder comunicativo-cultural, es decir de la posibilidad de construir ideas hegemónicas. Una posibilidad en la que intervienen decididamente los dispositivos técnicos que permiten la aparición y representación mediática de temas y actores. De ahí que John Thomspon postule que “la lucha por hacerse oír y ver (y de evitar que otros hagan lo mismo) no es un aspecto periférico de las conmociones sociales y políticas del mundo moderno; todo lo contrario -dice Thompson-, es su característica central”³.

En nuestras sociedades latinoamericanas, que a pesar de la institucionalidad democrática están atravesadas por desigualdades y exclusiones notorias, esas luchas por hacerse ver y oír, que son luchas contra quienes buscan impedirlo, no son nuevas. Se expresaron históricamente tanto en la resistencia de los pueblos originarios como en las búsquedas culturales alternativas. Sin embargo, en lo que va de este siglo, varios países de nuestro continente han sido escenario de unos particulares esfuerzos por someter a discusión los sistemas de medios masivos y sus regulaciones legales, transformando los derechos a la comunicación en una de las problemáticas donde con más fuerza se expresan las luchas por el poder.

Puedo sostener esa afirmación en las confrontaciones que se vivieron y se viven aún hoy en Argentina en torno a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual o a las que se han dado y se dan en otros países de la región, como Ecuador o Uruguay, en el mismo sentido. Esas confrontaciones se articularon en muchos casos con una larga tradición de medios populares, alternativos y comunitarios construidos desde

2 Noción desarrollada en “Entre la plaza y la platea”, en Schmucler H. y Mata, M. (Coord.), *Política y comunicación. ¿Hay un lugar para la política en la cultura mediática?* (pp. 61-76). Catálogos- UNC, Buenos Aires, 1995

3 *Los media y la modernidad*, p. 398, Paidós, Barcelona, 1998.

la necesidad y vocación de recuperar la capacidad y legitimidad de expresarse, tanto para minorías excluidas pero también para las mayorías desposeídas de las condiciones necesarias para acceder a medios y tecnologías. En todos esos casos es posible reconstruir discursos y prácticas que identifican claramente intereses antagónicos y sus consecuentes justificaciones ideológicas: es decir, intereses encontrados que afirman o niegan la universalidad de los derechos a la comunicación. Y es ahí donde la articulación comunicación-política se revela con inédita potencia, socavando como nunca antes aquellas alardeadas nociones de independencia y objetividad de los medios que integran los sistemas masivos de comunicación.

Más allá de las características particulares de cada uno de nuestros países, la existencia de situaciones monopólicas u oligopólicas que lejos de disminuir se acrecientan con los procesos de desarrollo y convergencia tecnológica, produce efectos bien conocidos: agendas únicas, voces concentradas, insuficientes espacios para la expresión y representación de diferentes actores y sectores sociales y políticos. Pero además, esas empresas que buscan acaparar para sí los derechos a la comunicación que son del conjunto de la sociedad, no encubren ya sus motivaciones y estrategias en las luchas por el poder. De manera desembozada intervienen como un actor político que propone ideas y proyectos, que convoca a participar o a abstenerse de hacerlo, que denuncia o apaña a personajes políticos o empresariales, que promociona candidatos o los estigmatiza, que enjuicia a los movimientos sociales que confrontan el orden establecido, que juzga a la mismísima justicia aunque ella -en muchos de nuestros países- no sea precisamente aquella dama ecuaníme con ojos vendados, sino un instrumento más de construcción de inequidad. Los casos del multimedio *Clarín* en el reciente proceso electoral argentino y el de la *Red Globo* en el proyecto destituyente que se gesta en Brasil, son ejemplos claros de este nuevo papel.

Sin embargo, no creo que sea adecuado afirmar que la política se “hace” hoy en los medios masivos de comunicación, cargando ese *hacer*

de un contenido negativo o perverso. Históricamente, las construcciones políticas tuvieron dimensiones interactivas y recurrieron a medios expresivos. Siempre la política fue acción práctica y discursiva. Lo que hoy ocurre es que se han producido transformaciones que es necesario comprender para poder actuar sin complacencia pero sin melancolía. Por un lado, como ya señalé, el hecho de que prácticamente sin intermediaciones, sin velos, las corporaciones mediáticas han asumido su innegable participación en la construcción de democracias formales y excluyentes. Por otro, el hecho de que las instituciones políticas -pienso en los partidos, los poderes del Estado, las campañas y procesos electorales- se han transformado en el marco de lo que se ha dado en llamar “democracia demoscópica”⁴; un orden democrático donde la opinión pública mediática y las técnicas de medición y predicción de comportamientos sociales cobran peso decisivo en definiciones estratégicas y tácticas.

El cuestionamiento crítico de esa nueva matriz político-cultural no equivale a negarlo. Nada peor que las actitudes voluntaristas cuando lo que se pretende es intervenir en los conflictos por la hegemonía. Por eso, reconociendo que el sistema comunicativo es un actor más

4 Ver Alain Minc, *La borrachera democrática, el nuevo poder de la opinión pública*, Ed. Temas de hoy, Madrid, 1995

de las contiendas por el poder en nuestras sociedades, tenemos que atrevernos a asumir esa situación desde dos lugares complementarios y mutuamente necesarios: desde la búsqueda de regulaciones que atemperen la concentración mediática y aseguren condiciones más equitativas para la gestión de medios de comunicación y el acceso a tecnologías adecuadas para diferentes y plurales actores sociales; y a partir del desarrollo de prácticas organizativas y políticas que, sin negar la existencia de medios y tecnologías, definan renovados modos de instalar temas, agendas, líderes, proyectos, desde lógicas asociativas y culturales capaces de confrontar los cauces prefijados por quienes pretenden controlar las iniciativas emancipadoras.

En los tiempos que corren, ya no se trata sólo de contar con medios alternativos para que otras voces puedan escucharse y otros rostros puedan verse, sino de asumir que una de las nuevas y decisivas batallas es la de definir colectivamente cuál deseamos que sea el orden político-cultural de nuestras sociedades. Porque ciertamente no hay orden político nuevo sin un nuevo modo de comunicar, pero no es sólo un renovado modo de comunicar el que nos permitirá construir democracias con derechos plenos y modalidades genuinas de participación y representación. ◀



Monopolio mediático y golpe en Brasil

Renata Mielli

Brasil está pasando por una de las situaciones políticas más delicadas de su historia reciente. Desde 1985, que marca el inicio de la transición democrática, hasta 2016, el país experimentó el período democrático más largo de su historia: 31 años. Esta tendencia se interrumpió el 12 de mayo, cuando el Senado Federal suspendió temporalmente de su cargo a la Presidenta de la República, Dilma Rousseff.

El proceso de juicio político llevado a cabo por el parlamento nacional contra Dilma se basa en hechos que no constituyen delito de responsabilidad fiscal, conforme a lo dispuesto en la legislación nacional. De hecho, el recurso jurídico montado en contra de ella es una cortina de humo para llevar a cabo un golpe institucional-mediático-jurídico, que comenzó el 26 de octubre de 2014, cuando Rousseff ganó en las urnas.

Inconforme con otra derrota, la derecha comenzó una campaña de oposición inconsecuente, que profundizó la crisis económica, diseminó la intolerancia y generó una gran inestabilidad política en el país.

Adoptó la táctica cuanto peor mejor para atacar el proyecto político que, durante los últimos 13 años, ha permitido la inclusión de más de 40 millones de brasileños que vivían en la pobreza, la inclusión de los jóvenes pobres en las universidades, programas de atención de

salud para dar más dignidad y calidad de vida al pueblo brasileño.

Debilitado y sin mayoría en el Congreso Nacional, que tiene la composición más conservadora de los últimos 30 años, el gobierno no logró responder a los ataques y terminó aislado.

El golpe no ha tenido su desenlace final. La presidenta será juzgada por el Senado Federal en un proceso que puede durar hasta 180 días. Mientras tanto, el movimiento social brasileño sigue movilizado y en las calles, dispuesto a todo para defender la democracia y los derechos sociales obtenidos en el último período.

El escenario mediático

Es en este contexto que debemos evaluar la situación de los medios de comunicación en Brasil. Éstos nacieron siguiendo el modelo privado-comercial estadounidense. En las décadas de los 30 y 40, las radios ya habían adoptado este modelo, que se mantuvo con la aparición de la televisión, en los años 60. El Código Brasileño de Telecomunicaciones de 1962, vigente hasta hoy, nació para organizar la explotación privada-comercial de las concesiones públicas de radiodifusión.

La dictadura militar se instala prácticamente en el mismo período histórico que la televisión. Con los militares surge el primero y mayor conglomerado mediático del país: la Red Globo de Televisión, hoy Organizaciones Globo.

El escenario que siguió fue la concentración de la propiedad y el uso de las concesiones para el pago de favores políticos y, debido a eso, cristalizó un potente poder mediático, elitista y

Renata Mielli, periodista, es Coordinadora General del Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), Secretaria General del Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé.

cuya representación social se establece a partir de los intereses económicos de la clase dominante. No hay diversidad cultural, la enorme territorialidad brasileña no está representada en los medios de comunicación, y tampoco la pluralidad de ideas.

Lucha por una comunicación democrática

En los últimos años, sobre todo a partir de la primera elección del expresidente Lula, se ampliaron las voces que se alzan para exigir una comunicación más democrática. El movimiento de lucha por la democratización de la comunicación se fortaleció y ganó simpatizantes. Se acrecienta el debate sobre el carácter estratégico de la confrontación con el monopolio privado de los medios de comunicación para transformar el país e implementar un nuevo proyecto de desarrollo económico y social en Brasil.

El Foro Nacional por la Democratización de la Comunicación (FNDC), que es un espacio de articulación de los movimientos sociales brasileños en torno a esta agenda, ha desarrollado en los últimos años varias campañas para presionar al gobierno y debatir el tema de la comunicación.

En 2009, el último año del segundo mandato del gobierno Lula, conseguimos, después de mucha lucha y diálogo, garantizar la realización de la 1ª Conferencia Nacional de Comunicación, con la participación de un segmento pequeño de radiodifusores, de empresarios de las telecomunicaciones, del sector público y de la sociedad civil. Se aprobaron más de 600 propuestas que podrían promover políticas públicas de comunicación de carácter democrático.

Luego, se creó un grupo de trabajo coordinado por el entonces ministro de la Secretaría de Comunicación Social para preparar el anteproyecto de un nuevo marco regulatorio para el sector de las comunicaciones. Sin embargo, ya al final del gobierno, la propuesta se entregó al nuevo gobierno de Dilma Rousseff, en manos de su primer ministro de Comunicaciones, Pau-

lo Bernardo. El proyecto fue archivado. Rousseff asumió el cargo en 2010 afirmando que en la comunicación el mejor control es el control remoto.

A partir de las propuestas producidas en la Conferencia, el FNDC elaboró, en 2012, un proyecto de ley de Iniciativa Popular de los Medios Democráticos, una propuesta para reglamentar las disposiciones de la Constitución Federal que trata de la Comunicación Social Electrónica. El proyecto se convirtió en un instrumento de lucha y presión política para movilizar a la sociedad por un nuevo marco regulatorio de las comunicaciones.

Lamentablemente, no conseguimos ni siquiera acercarnos a la meta de más de un millón quinientos mil firmas, que se requería para someter el proyecto al Congreso Nacional. Pero realizamos debates y actividades públicas en torno al contenido de la propuesta, para concienciar y atraer a más activistas para la democratización de la comunicación. También levantamos el lema: *Dilma, ¡Regula ya!*, como presión sobre la presidenta para llamar la atención sobre la urgencia de esta agenda.

En 2014, con el agravamiento de la disputa política y el incremento del tono bélico y golpista de los medios de comunicación, la presidenta afirmó, en su campaña de reelección, que una de las prioridades de su segundo gobierno sería encaminar la discusión sobre la regulación económica de los medios de comunicación. Es justo lo que el monopolio no quiere, ya que la regulación económica es hacer cumplir por ley lo que determina nuestra Constitución en el artículo 220, que la comunicación no puede ser objeto de monopolio.

En marzo de 2015, el FNDC realizó el 2º Encuentro Nacional por el Derecho a la Comunicación, en la ciudad de Belo Horizonte. Más de 700 activistas de todo Brasil acudieron a la cita para analizar fórmulas para fortalecer la lucha por la democratización de la comunicación. Nuestro lema, ya en medio de las amenazas golpistas que rondaban el país era: *Sin comunicación democrática no hay democracia.*

Gobiernos progresistas ignoran la agenda

El hecho es que Dilma abandonó su compromiso de campaña. La estrecha victoria que obtuvo en octubre de 2014 y la acción golpista del consorcio opositor formada por los medios de comunicación, el poder judicial y los partidos de derecha, inmovilizó al gobierno.

La falta de comprensión de los gobiernos progresistas sobre el carácter estratégico de la agenda de comunicación, se tradujo en no enfrentar el tema y no hubo debate público sobre la regulación de los medios de comunicación. Los medios privados se mantuvieron sin reglas, abusando del privilegio de ser la única voz que habla masivamente a 200 millones de brasileños. Estos medios fueron los principales articuladores de la desestabilización política y económica del país, promoviendo ataques permanentes al gobierno, espectacularizando las noticias y creando un clima de odio y terror cotidiano que llevó a una parte considerable de la sociedad a defender la bandera de la salida de la presidenta. La sociedad brasileña está a merced de unos medios concentrados y golpistas.

Medios alternativos y narrativa contrahegemónica

La lucha política de cuestionamiento al discurso único de los medios privados se da desde los medios alternativos, de la prensa del movimiento sindical, popular, estudiantil, de muchos canales de comunicación creados por comunicadores populares, de los blogs de opinión, del activismo en las redes sociales, de colectivos y cooperativas de periodistas que se atreven a recorrer su propio camino, lejos de la sala redacción de los grandes medios de comunicación.

Los medios de comunicación alternativa han dado voz a sectores invisibilizados y criminalizados por los medios hegemónicos y de hecho han enfrentado el golpe, defendiendo la democracia y los derechos.

La acción de la comunicación alternativa está

disgustando mucho a los monopolios, a los partidos de derecha y a la élite conservadora. Para tratar de acallarla, se sirven de la Justicia, a través de acciones que imponen sanciones económicas desproporcionadas a los medios alternativos. Quieren acallar, mediante la intimidación o el estrangulamiento económico, a los sectores que se atreven a presentar una narrativa contrahegemónica de los acontecimientos en curso en el país. También hemos visto casos de violencia moral, física e incluso el asesinato de comunicadores en Brasil. La censura económica y privada es hoy el principal obstáculo para la libertad de expresión en el país.

En este escenario, el FNDC, que en abril pasado celebró su XIX Plenaria, señaló que es el momento para la resistencia y la lucha para impedir retrocesos y defender la democracia. La primera medida del gobierno provisional fue poner fin al Ministerio de Comunicaciones. Si ya hemos enfrentado dificultades para colocar la agenda de democratización de la comunicación en los gobiernos democráticos y populares, con un gobierno de facto que representa los intereses de las élites y los medios de comunicación privado-comerciales, será imposible.

El desafío del movimiento de lucha por la democratización de la comunicación en este momento es evitar el cierre de la Empresa Brasil de Comunicación y tratar de asegurar que no haya interferencia política en su línea editorial; tenemos que luchar para defender la reciente experiencia de comunicación pública en el país. Tenemos que defender a los medios de comunicación alternativos de los ataques que vendrán, garantizando instrumentos de sustento material de los que han surgido y la defensa de la integridad de los periodistas, comunicadores sociales, blogueros y demás, o sea de las personas que producen los medios de comunicación alternativos a diario. Impedir los retrocesos en el ámbito de Internet, tratar de bloquear proyectos de Ley que desfiguren uno de los pocos logros en el campo de la comunicación, que fue la aprobación del Marco Civil de Internet. Y, sobre todo, el reto, junto a los movimientos sociales, es defender la democracia y denunciar el golpismo en nuestro país. ◀

Venezuela:

Blanca Eekhout: “El objetivo es tener un pueblo comunicador”

Carla Zambrano

En medio de un complejo escenario político, económico y social que afecta las conquistas de los pueblos de América Latina y el Caribe, la ex-ministra de comunicación y vicepresidenta de Movimientos Sociales del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV), Blanca Eekhout, apuesta por la comunicación popular y alternativa como “herramienta fundamental, estratégica y determinante” para derrotar al neocolonialismo que pretende instaurarse nuevamente en la región.

La afirmación de la también integrante del Gran Polo Patriótico Simón Bolívar (GPPSB), quien tiene una larga trayectoria en la lucha popular venezolana, se produce en el marco de un proceso de asedio que sufre actualmente Venezuela por parte de los centros de poder hegemónicos del Norte y sus estrategias de guerra no convencional -o de cuarta generación- asociados a la “exacerbación de antivalores ligados al terrorismo mediático y la violencia criminal”.

En conversación con la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) en Caracas, Eekhout recuerda que la llegada de la Revolución Bolivariana invirtió la balanza del campo político venezolano al lograr que los desposeídos asumieran un rol protagónico dentro de la sociedad, acción que hasta el día de hoy no ha sido aceptada por las élites que gobernaron al país

Carla Zambrano es comunicadora social venezolana, especialista en periodismo digital.

durante décadas. La voz disonante de Venezuela en el mapa geopolítico actual ha ocasionado que el país se convierta en blanco de la embestida imperial por su determinación a ser libre y alzar la voz en defensa de la soberanía de los pueblos del mundo.

Debido a estos peligros, Eekhout llama al pueblo a permanecer activo en la movilización para evitar a toda costa que la región retroceda más de 200 años de luchas y conquistas. “Seríamos otra vez un territorio colonizado y nosotros, este pueblo comunicador, que ha asumido de manera protagónica el ejercicio político para refundar la república, no vamos a permitir ese retroceso”.

La comunicación comunitaria en Venezuela

Para Eekhout, con el proceso constituyente venezolano se abrieron importantes espacios porque se asumió la comunicación como un derecho y se le otorgó al pueblo el derecho a comunicar. “Solo puede haber democracia participativa y protagónica con un pueblo comunicador, con un pueblo visible, activo, protagonista que además tenga los instrumentos para ejercer el derecho a la comunicación, no solo a recibir o ser espectador, a ser pasivo ante el hecho comunicacional, sino a ser activo y protagonista, a hacer comunicación”.

La primera acción que se tomó para garanti-

zar el acceso de los medios comunitarios al espacio radioeléctrico fue la creación de un reglamento dentro de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones para medios de comunicación popular, comunitarios, libres y alternativos. “En ese proceso surgieron centenares de radios, decenas de televisoras, pero también se estimuló la creación de impresos en manos del pueblo que podemos contar por miles. Para hacer realidad estos espacios se tuvo que generar toda una transformación de la institucionalidad y de los organismos destinados a esto, porque siempre se había concedido el uso del espectro radioeléctrico con fines mercantiles, por lo cual las fundaciones sin fines de lucro y las formas de organización del pueblo no tenían cabida”.

“El protagonismo del pueblo solo logra materializarse si tiene un espacio comunicacional en la sociedad. Si es visible y protagonista de la sociedad. Por lo cual el Estado se compromete con Ley de Comunicación Popular a estimular las experiencias de organización del pueblo. Se convirtió esta ley en una de las que conforman las leyes del poder popular para el desarrollo y estímulo de la comunicación popular. Esa ley fue aprobada en diciembre del 2015 y ahora tenemos amenazas por la Asamblea Nacional retrógrada que pretende atacar estas leyes y echar por tierra los logros en materia de comunicación popular”.

Medios comunitarios a la vanguardia en la lucha por la libertad

Eekhout considera que el rol de los medios comunitarios y alternativos es clave para la “defensa no solo de la soberanía de Venezuela, sino de la patria grande”. En tal sentido, acotó que sólo la unidad de los trabajadores, indígenas, mujeres, estudiantes, campesinos y afrodescendientes podrá derrotar al enemigo: “este es el momento del congreso anfictionico que soñaba Simón Bolívar. Lo único que puede sostener la ofensiva popular es la comunicación en manos del pueblo. Este es el momento de los medios populares y de la comunicación popular”, dijo.

A pesar de la arremetida que pone en peligro los logros alcanzados por el pueblo, la comunicadora popular no duda en afirmar que “Latinoamérica se encuentra en uno de sus mejores momentos. Nunca nuestros pueblos habían estado tan conscientes de la necesidad de ser soberanos. Nunca habían estado tan organizados. Hemos estado desarrollando poder popular y construyendo un escenario de unidad latinoamericana el cual tiene que convertirse en la palanca para derrotar el intento de neocolonización de nuestros territorios”.

El momento de reflexiones

Para Eekhout la actual coyuntura de la región es también propicia para entablar profundas reflexiones sobre el funcionamiento y dinámicas de los medios comunitarios. A su juicio, muchos comunicadores populares convirtieron a los medios en un objetivo y se desvincularon de las luchas en la calle. “El medio es solo un instrumento, el objetivo es la comunicación del pueblo”, dijo al resaltar que los medios populares deben ser “espacios de articulación, encuentro y planificación; el objetivo es tener un pueblo comunicador, el mismo que el 11 de abril de 2002 se desplegó para que nos devolvieran a Chávez”.

En el caso venezolano, Blanca Eekhout comenta que los medios populares y alternativos están desplegados en la calle generando organización para enfrentar la guerra económica. “Nosotros los comunicadores populares debemos ser comunicadores de la verdad, de la solidaridad y la esperanza. No podemos permitir que se instale la incertidumbre, la desmoralización, la desesperanza y la lógica mediática del poder dominante”.

Socialismo o barbarie

Eekhout considera que es el momento también de cerrar filas: “como decía Rosa Luxemburgo, o construimos el socialismo o el destino es la barbarie. El escenario mundial de guerra, de violencia, es el que quieren las grandes corporaciones para saquear a los pueblos y desmembrar a las sociedades, para echar por

tierra las constituciones, las conquistas, las luchas de los pueblos para poder controlarlos. Para garantizar la soberanía tenemos que derrotar el modelo capitalista y neoliberal que pretende imponerse”.

Bajo este panorama manifiesta que la comunicación popular debe trascender las fronteras impuestas, ideal que puede ser alcanzado únicamente mediante la planificación en conjunto. “Que Brasil no esté solo, que Argentina no esté sola, ni Venezuela o Ecuador, que ninguno nos sintamos en soledad porque somos un solo pueblo y esa tarea de unión la tenemos quienes hemos asumido la comunicación popular como una militancia; debemos buscar el mecanismo o inventarlo. Inventamos o erramos, como decía el maestro Simón Rodríguez”.

Las redes sociales y los medios públicos en las guerras de cuarta generación

La ex ministra y fundadora del canal comunitario Catia TV aprovecha el espacio para hablar sobre el papel de las llamadas “redes sociales” en el contexto de la guerra de cuarta generación que hoy ataca al país suramericano. Uno de los primeros pasos a dar en esta lucha, según Eekhout, es “pasar a una ofensiva comunicacional que enfrente al gran poder mundial de la dictadura mediática que está utilizando el terrorismo y la guerra psicológica como herramienta para doblegar a los pueblos. Hay avances, pero tenemos que dar saltos gigantescos, no podemos permitir que nos encierren y acorralen”.

En esta ofensiva comunicacional también se deben desarrollar estrategias para dar la batalla de las ideas en las plataformas virtuales como Facebook o Twitter donde el rumor se ha trasladado para convertirse en verdad. “Se trata de una lucha desigual. Mientras aquí hay gente dando la batalla haciendo guerrilla comunicacional a través de la red, por el otro lado hay robots produciendo miles de informaciones que no tienen necesariamente ni como referente la verdad. Un ejemplo ha sido la utilización de imágenes de situaciones violentas

en otros países para acusar a Venezuela”.

Esta lucha desigual exige “coordinación y encuentro entre los pueblos, así como inventiva y creatividad para enfrentar la mentira mediática”, dice Eekhout al llamar a la guerrilla comunicacional a seguir en esos espacios resistiendo y haciendo contra información. “Esos espacios tenemos que ocuparlos, pero tenemos que diseñar estrategias de comunicación alternas a las redes que van desde la comunicación directa en los espacios de comunidad, de organización para tener posición crítica ante las redes sociales que garanticen que nuestras generaciones tengan visión crítica”.

¿Peligra la comunicación popular en Venezuela?

La militante del bloque de la patria resalta que en Venezuela peligran muchos de los logros alcanzados en revolución debido a que la actual Asamblea Nacional busca sumergir al país en una situación de retroceso legislativo que permita la injerencia extranjera.

“Si el pueblo tiene una tarea es la de organizarse para recuperar todos los espacios de poder, en este caso la Asamblea Nacional. Esa Asamblea Nacional tiene que ser derrotada y solo puede ser derrotado por el soberano. El pueblo se ha dado múltiples formas de organización desde su proceso constituyente. La constitución defiende al pueblo y no pueden ellos tomar medidas anticonstitucionales pasando por encima de la constitución sin que esa Asamblea sea depuesta”, refiere.

“Si esa asamblea se empeña en destruir el marco jurídico, el poder y las conquistas que el pueblo se ha dado, esa asamblea es anticonstitucional y tiene que ser derrotada. Quien vaya en contra de los avances progresivos del pueblo tiene que ser derrotado por el propio pueblo organizado, y hay mecanismos dentro de la propia constitución. El presidente obrero Nicolás Maduro con el acompañamiento del pueblo no permitirá que haya una regresión y retroceso”. ◀

Argentina: Ley de Medios Audiovisuales avasallada

Néstor Busso

En los primeros 100 días de Gobierno del Empresario Mauricio Macri los sectores de menos ingresos perdieron al menos un 25% de su capacidad de compra y en la otra punta, los bancos ganaron un 65% más que el año pasado. Es consecuencia de la devaluación del 50% y los aumentos de entre un 50% y hasta un 400% de las tarifas de servicios públicos, electricidad, gas, teléfono, transporte. Los cinco mil millones de dólares que hasta el año pasado pagaban las mineras, los exportadores de granos y la industria por retenciones a la exportación, ahora los pagan las familias por consumo de electricidad y gas sin subsidios. Lo que tenemos es una brutal transferencia de riqueza de los que menos tienen a los que más tienen. Es la ruta del dinero hacia las “off shore” de los ricos entre los cuales figuran el presidente y varios de sus ministros y colaboradores, la mayoría de ellos ex CEOs o Gerentes de grandes grupos económicos. Los sacrificados en el altar del libre mercado son los pobres y las capas medias, o sea, las mayorías. Se han perdido más de 140 mil puestos de trabajo, entre el sector público y el sector privado. El gobierno argentino anterior encabezado por Cristina Fernández de Kirchner le proponía al mundo, en el ámbito de Naciones Unidas, poner normas y límites a la voracidad de fondos especulativos ante deudas de países

Néstor Busso es periodista, director de Radio Encuentro, de Viedma, en la Patagonia argentina. Miembro de FARCO, ALER y Coalición por una Comunicación Democrática. Ex Presidente del Consejo Federal de Comunicación Audiovisual.

soberanos. Ahora el gobierno de Mauricio Macri se somete a las exigencias de esos buitres.

El gobierno y los grandes medios de desinformación del poder económico, argumentan que los padecimientos actuales son consecuencia de la “herencia” del gobierno anterior y nos prometen un paraíso de inversiones, trabajo y felicidad para la segunda parte del año.

En este contexto una de las primeras medidas del nuevo gobierno fue la modificación por decreto de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LCSA) respondiendo a los intereses de los grandes grupos económico-mediáticos. De la misma forma como se redistribuye la riqueza material en favor de los más ricos, también la distribución de la palabra y la riqueza simbólica se concentra en pocas manos.

Una Ley de la democracia

La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fue una bisagra para la democracia argentina. La Ley 26.522 aprobada en 2009, fue producto de la organización y movilización popular y de la decisión política de la Presidenta Cristina Fernández de Kirchner.

En 2004, cientos de organizaciones presentamos los “21 puntos de la Iniciativa Ciudadana por una Radiodifusión Democrática”. Después de cinco años de mucha militancia, con debates a lo largo y ancho del país, la Presidenta Cristina Fernández asumió la demanda y envió el proyecto de Ley al Congreso. En Diputa-

dos, previo cinco días de audiencias públicas, el proyecto con más de doscientas modificaciones fue aprobado por 147 votos a 3. En el Senado la votación fue de 44 a 24, con más de 50.000 personas frente al Congreso apoyando su aprobación.

No sólo se logró una excelente Ley presentada como ejemplo para el mundo por el Relator de Libertad de Expresión de Naciones Unidas. El debate mismo fue y es enriquecedor. El tema de la Comunicación y el rol de los medios se puso en discusión. Con la mal llamada “Ley de medios” quedaron en evidencia el poder y los intereses de los grupos económicos concentrados.

Sin embargo, fueron necesarios otros cuatro años para que la Ley fuese liberada por el Poder Judicial con el fallo de la Corte Suprema de Justicia que la declaró plenamente constitucional ante una demanda del Grupo Clarín que la objetaba. El fallo de setiembre de 2013 confirma la Ley y confirma también la necesidad de que el Estado intervenga con regulaciones y políticas activas para asegurar diversidad y pluralidad en la Comunicación a fin de garantizar la Libertad de Expresión y el Derecho a la comunicación. También deja en claro que los derechos sociales están por encima del derecho individual a la propiedad privada.

Esa ley es la que Mauricio Macri modificó por decreto. Los argumentos usados fueron “la no aplicación integral de la Ley” y la necesidad de “promover las inversiones en el proceso de convergencia” para “crear condiciones estables de mercado”.

Quien con total claridad expresó las ideas del nuevo gobierno fue el ministro de comunicaciones Oscar Aguad, declarando que «ahora los medios van a competir libremente en el mercado... y trataremos de ayudar a los más pequeños». También sostuvo que “una ley del Congreso no puede limitar la capacidad del presidente” como si viviéramos en un reinado de la época medieval.

Los decretos que destruyen la Ley

El mismo día en que asumió el nuevo gobierno un Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU 13/15) modificó la ley de ministerios y ubicó a la Autoridad de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) dependiente de un nuevo ministerio de “comunicaciones” desconociendo la autonomía de la autoridad regulatoria.

El 23 de diciembre de 2015, el Poder Ejecutivo Nacional comunicó el Decreto 236/15 por el que decidió la intervención y remoción del directorio de la AFSCA, órgano de aplicación de la LSCA. El Decreto 236/2015, en los hechos, desplaza a las autoridades con mandato vigente hasta diciembre de 2017 por no ser funcionales políticamente al nuevo gobierno.

El avasallamiento a la Ley se completa con el Decreto de Necesidad y Urgencia 267/2015 que modifica los aspectos sustanciales de la Ley debatida y votada en democracia.

Ese decreto resolvió, lisa y llanamente, la disolución de los órganos de aplicación de la ley 26.522, como la AFSCA y el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual. Dispone la creación del ENACOM, Ente Nacional de Comunicaciones, bajo la órbita del Poder Ejecutivo fusionando la autoridad regulatoria en materia de Comunicación Audiovisual y Telecomunicaciones. Este nuevo organismo está compuesto por un presidente y tres directores, todos ellos nombrados por el Poder Ejecutivo Nacional y tres directores propuestos por el Parlamento, asegurando cinco miembros del oficialismo. Además, prevé que esos directores pueden ser removidos por el Presidente de la Nación en forma directa y sin expresión de causa. Estas disposiciones dan por tierra con cualquier capacidad de autonomía o independencia de los integrantes del ENACOM.

Igualmente, al disolver el Consejo Federal de Comunicación Audiovisual -compuesto por 38 miembros ad honorem- elimina toda participación de las provincias y de los diversos sectores de sociedad civil en la definición de las

políticas de comunicación. El Consejo Federal tenía, entre otras funciones, la de elaborar el listado de acontecimientos de interés relevante, designar los jurados para los concursos de adjudicación de licencias y los jurados para los concursos del Fondo de Fomento de medios comunitarios e indígenas. Igualmente era órgano de control del Directorio.

Asimismo el decreto 267/15 deroga la limitación a la transferencia de licencias y amplía en un 50% los límites en tenencia de espectro.

La habilitación de las transferencias se agrava por la renovación automática de licencias. Con la Ley en vigencia la transferencia de licencias estaba prohibida y la prórroga solo era posible por única vez y previa Audiencia Pública. El decreto concede una primera prórroga automática de diez años.

Por otro lado el decreto establece que la TV por cable no es un Servicio de Comunicación Audiovisual, sino un servicio de Telecomunicaciones. De esa forma libera a la Televisión por Cable de las obligaciones que impone la ley 26.522. Ya no hay límites de concentración, no hay obligación de emitir una señal propia, no hay obligación de pasar las señales locales de TV, ni de respetar el orden de la grilla de señales.

Con estas normas se acrecienta la concentración. Hoy el 83% de las familias argentinas está conectada a la TV por cable y de ellas el 60% recibe el servicio de la empresa Cablevisión del Grupo Clarín. El grupo Clarín logró lo que la Corte Suprema le había negado. No solo no debe adecuarse a las exigencias de la Ley sino que se facilita su expansión. Clarín ya compró una operadora de Telefonía móvil -Nextel- y se asoció a TELECOM, una de las dos operadoras de telefonía fija, a través de su principal socio en Cablevisión.

La respuesta y consecuencias

La reacción de organizaciones sociales, trabajadores de la comunicación, universidades

nacionales, medios comunitarios, populares, cooperativos e indígenas, integrados en la Coalición por una Comunicación Democrática no se hizo esperar. Movilizaciones en las calles surgieron inmediatamente y se multiplicaron. Igualmente fueron presentadas varias demandas en tribunales judiciales argumentando la inconstitucionalidad de los Decretos de Mauricio Macri. Esos procesos judiciales, de los cuales muchos están en trámite, no lograron frenar el avasallamiento a la Ley y los grandes grupos avanzan en compra-ventas y fusiones empresarias acelerando un proceso de concentración facilitado además por la convergencia digital que permite a un mismo operador brindar servicios de telefonía fija y móvil, internet, y televisión por cable en un mismo paquete de negocios.

Convencidos que estos decretos violan los estándares en materia de Libertad de Expresión del Sistema Interamericano de Derechos Humanos, solicitamos y obtuvimos una Audiencia en la Comisión Interamericana de Derechos Humanos para denunciar esos decretos del Presidente Macri. Obtuvimos el compromiso de seguimiento de la situación denunciada por parte de la CIDH. Mientras, el gobierno anuncia el debate de una nueva Ley de Comunicación.

Una larga y dura lucha por democratizar la Comunicación que había logrado avances sustanciales, sufre un revés importante en Argentina. El Derecho a la Comunicación está siendo vulnerado -al igual que otros derechos- por un gobierno que privilegia las reglas del libre mercado.

Los movimientos sociales, los medios populares y comunitarios, las universidades, las y los trabajadores de la comunicación, tenemos el desafío de superar el bloqueo informativo de los medios del poder económico que hoy protegen al gobierno y su proyecto de restauración neoliberal. ◀

Diálogo con Amanda Dávila, exministra de comunicación de Bolivia

Comunicación: una agenda pendiente

Mary Ann Lynch

América Latina es uno de los continentes que desde hace una década, ha generado espacios para la discusión sobre la democratización de la comunicación y el derecho a la misma. Uno de los países pioneros en incorporar este derecho en su Constitución es Bolivia. **Amanda Dávila**, periodista y ex ministra de comunicación, condujo durante tres años las reformas constitucionales realizadas en el gobierno de Evo Morales sobre el derecho a la comunicación. Ella afirma que la comunicación aún es un tema pendiente en la región, y que debe seguir fortaleciéndose no sólo desde lo constitucional, sino de manera efectiva y real, con participación de todos los sectores y actores sociales.

- *¿Cómo ve la situación de la comunicación y los procesos que se vienen desarrollando actualmente en la región?*

Creo que los procesos en América Latina han tenido importantes avances en las reformas políticas, en las reformas de participación popular, en la recuperación de los recursos, pero, con muy pocas excepciones, nos hemos olvidado del tema de la comunicación, pese a

Mary Ann Lynch Solis, comunicadora y educadora peruana, trabaja en procesos de comunicación y cultura en América Latina. Es CEO de la Asociación Cultural D1, que desarrolla formación de liderazgos juveniles en zonas vulnerables del Perú usando las artes como herramienta para la transformación social.

que una de las críticas principales de los gobiernos ha sido sobre el papel de los medios de comunicación como actores políticos antes que como actores de mediación. En muchos casos, los medios han sustituido a los partidos políticos que fueron derrotados en las urnas, porque estos procesos populares de gran emergencia se caracterizan por haber logrado las conquistas en las urnas, reconocidas por todos. Pese a toda la propuesta y crítica, la comunicación no ha sido la prioridad de los gobiernos.

Se entiende, porque hemos estado todos en las grandes reformas políticas constitucionales, en la recuperación de los recursos naturales, en los programas de apoyo a los más pobres, en la redistribución de las riquezas, como ha ocurrido en Bolivia y, a la postre, el tema de la comunicación pertenece a una agenda pendiente.

- *Bolivia incorporó en su Constitución el derecho a la comunicación, ¿siente que igualmente no se dio prioridad a este tema?*

Lo que pasa es que hemos pensado que solamente constitucionalizando los derechos ya estaba terminada la tarea, y no es así. En Bolivia logramos incorporar en nuestra Constitución este derecho, no como un derecho solo para los periodistas, sino también para los pueblos indígenas y los sectores populares. Hemos creado radios comunitarias, más de 100 están a cargo de las organizaciones so-

ciales, pueblos indígenas, campesinos, y las hemos puesto en la ley.

Lo que ha ocurrido es que se nos ha olvidado hacer un trabajo mucho más intenso, más profesional en el manejo de estos medios de comunicación. No hemos entrado a una lógica de mejorar las presentaciones de nuestros medios con mejores contenidos que logren captar la atención de la población, de ser un medio masivamente exitoso pese a nuestra posición ideológica no mercantilista.

Nos ha faltado entrar en la lógica de cómo piensan los jóvenes, utilizar el lenguaje moderno de los medios, hacer buenos programas; no solo tener los medios sino hacerlo bien. Allí nos hemos equivocado. No hemos logrado que nuestros medios sean los mejores, los más exitosos. Ocurre que el medio estatal es el menos visto, la radio estatal es la menos escuchada, el periódico estatal es el menos leído y el que pierde más rápido su credibilidad. Obviamente no es sólo por nosotros, sino que hay toda una política, una estrategia, permanente de parte del monopolio mediático para desprestigiarnos. Hemos derrotado políticamente a la oposición, pero mediáticamente no. Ellos siempre han estado manejando los principales medios de comunicación, han potenciado sus medios y nos han llevado la delantera, pues trabajan la conciencia de la opinión pública. Mientras nosotros mejoramos las condiciones objetivas de la población, ellos lo que hacen es trabajar en las condiciones de crear imaginarios que no existen, tratando de vender a la gente lo que no existe.

Considero que allí nos ha faltado ser más estratégicos. La estrategia consiste en saber entender esas sensibilidades de la sociedad para incorporar voces distintas y no solamente ser gubernamentales. Creo que no ha habido mala fe sino menos experiencia para entender. Por ejemplo, incorporar en los medios estatales esas visiones, esas voces de la sociedad que no siempre son gubernamentales. Hemos convertido a los medios estatales en medios gubernamentales, no con mala intención sino

con ese afán de luchar contra una voz potente, poderosa, que no informa absolutamente nada de lo que hace un gobierno.

Tenemos una lucha feroz. Los medios de comunicación privados no tienen ningún tipo de conciencia, ningún tipo de reparo para hacer una lucha encarnizada, sin ningún escrúpulo contra nuestros gobiernos, no hay ética.

- *Ante esta situación, ¿qué hacer?*

En nuestra experiencia, el primer paso es cambiar la constitución política para incorporar el derecho a la comunicación. Las reformas constitucionales son necesarias porque no se puede transformar un país si no es con una constitución que defiende los derechos de las personas. La segunda cosa importante es señalar que el derecho a la comunicación no es de unos cuantos: es de todos los pueblos.

En ese marco, hemos ido aprobando leyes que van traduciendo esta Constitución, como por ejemplo: en la Ley de Telecomunicaciones, los pueblos indígenas tienen derecho a tener frecuencias de radio y televisión. Eso es muy importante porque redistribuye el espectro radioeléctrico.

Por otro parte, se han incorporado medidas importantes como la Ley Antirracismo y la Discriminación, en la que se establece que los medios de comunicación pueden ser infractores de esta ley, por tanto los periodistas pueden ser sometidos a la justicia porque la discriminación y el racismo es un delito en Bolivia.

Este tipo de disposiciones que se han trabajado de manera paralela a la reforma constitucional permite que los periodistas no se sientan inmunes a todo y se articula con diversos entes como observatorios de medios, monitoreo del Ministerio de Comunicación y monitoreo de la sociedad civil para tener una regulación a los medios de comunicación. En los últimos años se ha trabajado tanto que se implementó una norma para que los medios

destinen un tiempo para la promoción en favor de los derechos y la no discriminación logrando un impacto y compromiso para que los medios masivos comprendan la necesidad de promover otros valores.

- *¿El gobierno boliviano tiene en agenda formular una ley general de comunicación?*

Hemos tenido desde un comienzo la resistencia de los periodistas, pero no ha sido la idea del Presidente. La idea es que sea la sociedad quien discuta sobre los derechos de la comunicación y el derecho a la dignidad de las personas. Pudimos haber hecho la ley porque tenemos una mayoría aplastante para aprobarla, pero no, queremos que ésta salga desde la propia gente, creemos que es la sociedad quien debe discutirla. De hecho, democratizar la comunicación es difícil. Los grandes medios de comunicación quieren hacernos creer que per-sé el derecho a la comunicación es solo para ellos y sus periodistas. Estamos en contradicción con ese modelo porque somos un gobierno que está impulsando grandes reformas y estamos impulsando y construyendo un nuevo destino para los más humildes, que nunca fueron concebidos ni siquiera como ciudadanos de segunda clase. Nosotros creemos en una democracia no solo del voto sino el derecho a la participación directa de la gente.

- *En este plano, ¿se contempla implementar medios públicos?*

Una de las principales preocupaciones que ha tenido el gobierno del presidente Evo es que los pueblos tengan sus propios medios de comunicación. No es dar la voz a los pueblos indígenas sino que ellos mismos los manejen y expresen lo que son. Generalmente los pueblos no tienen oportunidades para comprar una radio, es costosa, allí el gobierno ha desarrollado normas para aprobar políticas públicas para dar a los pueblos las herramientas del caso. Hemos dado radios, hemos apoyado de manera permanente el sostenimiento, desde el personal técnico, lo económico que ayuda a facilitar a la organización el desarrollo y fun-

cionamiento de la radio; ellos ponen el contenido pero se capacita al personal.

Hemos llevado a los mejores radialistas para dar talleres a los pueblos indígenas. Es decir, hay que dar la herramienta primero; ahora tenemos organizaciones indígenas y campesinas que tienen radios locales y que luego se enlazan a una radio madre que se llama Red de Pueblos Originarios (RPO), que es la que difunde los contenidos nacionales. Lo que creo es que no solo debemos trabajar desde el ámbito del Estado sino también impulsar iniciativas que no tienen que ver con redes del Estado sino más bien desde la sociedad civil, que tiene que ver con grupos de periodistas que han hecho sus propios medios y el Estado puede facilitar el desarrollo de su medio sin intervención.

Este tipo de iniciativas son importantes porque cuando cambia el gobierno en un país, como le está pasando a Argentina, si los medios no están fuertes en la lucha contra-hegemónica, el nuevo gobierno que entre pueda cambiar su posición.

- *Y qué nos puede decir respecto a lo plurinacional o intercultural como parte de los procesos comunicativos*

Una de las grandes cosas, además de tener propiedad de medios, son los pueblos indígenas cuya autonomía económica está todavía por trabajar. Lo que se ha hecho es que los medios de comunicación incorporen más la real interculturalidad que existe en Bolivia y se ha hecho a través de la presión social para lograr que los grandes medios empiecen a incorporar esto, cosa que aún no veo en otros países. En Bolivia tenemos locutores indígenas que aparecen en medios comerciales lo que antes era inimaginable. Tenemos programas culturales indígenas que discuten diversas temáticas, se ha avanzado mucho porque tenemos un gobierno indígena. ☞

¿Casi una década ganada en la *democratización* de la comunicación en Ecuador?

Hernán Reyes Aguinaga

¿A la luz de qué criterio es posible hacer un esfuerzo analítico y evaluativo de lo que lo que ha sucedido en estos ocho años de gobierno de la Revolución Ciudadana en relación al campo de la comunicación e información? ¿Se debería enfocar el análisis alrededor de los conflictos en el terreno de la libertad de expresión y de prensa desde el imaginario liberal y anti-estatalista de medios privados y periodistas afines a la ideología neo-liberal, o más bien habría que interrogarse sobre el mejoramiento de la calidad de los contenidos y mayor ejercicio de derechos ciudadanos? ¿Se trata esencialmente de un arbitrario proceso de disputa por el poder del *decir, mostrar e imaginar* entre el gobierno y los grandes medios privados que defienden los valores económicos y políticos del modelo neoliberal, o primordialmente alude a un proceso de emergencia de nuevos procesos y de nuevos sujetos sociales de ejercicio de los derechos a la información y la comunicación, históricamente subalternizados?

Reflexionar sobre la comunicación y la democracia en el país se vuelve un enorme desafío por lo abigarrado y complejo que resulta el cruce entre estos dos campos, así como por la per-

sistencia de visiones antagónicas: por un lado quienes defienden dogmáticamente el proceso desde el supuesto que éste ha profundizado el ejercicio de los derechos de la comunicación y la información; y desde la oposición quienes cuestiona totalmente los cambios que habrían creado una situación caracterizada por amenazas y riesgos crecientes a la libertad expresión y de prensa, por la desinformación y la propaganda, por la polarización y el enfrentamiento entre la sociedad civil y el Estado.

¿La comunicación empobrecida y censurada?

Para algunas voces críticas al gobierno, como nunca antes, las fricciones desatadas en el entrecruce entre comunicación y política alcanzaron niveles inéditos en la última década. Hasta el 2007, nunca se habría desatado en el Ecuador, una confrontación tan sostenida y violenta entre el Gobierno de la Revolución Ciudadana y los medios y periodistas “independientes”, fruto de una fuerte intervención gubernamental para cooptar el espacio público por medio de una estrategia política basada en copar el terreno de la comunicación y en enfrentarse con dureza a medios de comunicación privados y periodistas “críticos”, en aras de afianzarse en el poder. Desde esta orilla, han abundado las críticas políticas y mediáticas a lo que se asimila como formas autoritarias de ejercicio del poder político desde hace casi diez años, asentadas en lo que se supone es un uso abusivo y sesgado de los medios públicos y los medios privados incautados¹ por su administración; así

Hernán Reyes Aguinaga, sociólogo y politólogo; docente e investigador de la Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador y de la Universidad Central. Presidió la Sociedad Ecuatoriana de Estudios interdisciplinarios de la Comunicación, SEICOM. Fue Consejero del CORDICOM entre 2013 y 2015.

1 Se denomina “medios incautados” a un conjunto

como los cuestionamientos a cómo en ese ejercicio del poder habría polarizado a la “opinión pública” y de esta forma, habría empobrecido la pluralidad de las voces y las posiciones de los diversos sectores, afectando a su vez las libertades de expresión, de prensa e incluso de protesta social, a las que habría criminalizado o al menos atacado injustificadamente utilizando la violencia verbal, e incluso la demanda penal por la vía judicial.

Hacer un repaso del enfrentamiento histórico del gobierno del Movimiento PAIS con diversos actores de la comunicación implica recordar varios hechos paradigmáticos. En marzo de 2007 se dio el primer *impasse* público entre el Presidente Correa y el entonces editor de opinión de El Universo, cuyo desenlace no se vería sino que tres años después, cuando se produjo el enjuiciamiento a este periodista y al medio donde laboraba, proceso en el cual la sentencia favoreció a Correa, quien obtuvo - y perdonó en su pago- una millonaria indemnización por injurias calumniosas; el Presidente también enjuiciaría a otros dos periodistas de investigación por el contenido de un libro donde se hacía graves acusaciones a Correa y a su hermano; a la vez, la confrontación con los gremios de comunicadores (la Unión Nacional de Periodistas y con un par de Colegios de Periodistas del país), con otras organizaciones ligadas a los dueños de medios privados como la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), con Fundamedios, entidad de derecho privado muy ligada a los intereses y posiciones políticas de los grandes medios privados del país; e incluso el enfrentamiento se extendió a los sucesivos Relatores de la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, organismo con sede en Washington.

Finalmente la pelea alcanzó también el espacio de las redes sociales, a donde fueron a parar

numeroso de medios impresos, radiales y televisivos que fueron incautados por el Gobierno como parte del proceso de confiscación de bienes y empresas pertenecientes a propietarios de bancos que defraudaron a sus clientes y que generaron la crisis del sistema financiero ecuatoriano en 1990-2000; medios que quedaron bajo administración estatal hasta la actualidad.

antiguos periodistas que fueron despedidos de sus medios o tuvieron que buscarse otro lugar desde donde expresar sus opiniones, una vez que quebró el medio donde laboraban. En todos estos casos, la disputa llegó a niveles muy estruendosos y los argumentos de lado y lado fueron subiendo cada vez más de tono. Desde esta orilla, se aduce que se han limitado cada vez más los derechos de la comunicación y de la información, ha disminuido la pluralidad y la calidad de los contenidos mediáticos, se ha penalizado la opinión y finalmente, se han debilitado instituciones fundamentales para la democracia como los medios de comunicación por medio de censuras “legales” y de la creciente autocensura.

La versión contraria: “la disputa por la hegemonía”

Sin embargo, existe otra forma muy distinta de juzgar sobre qué es lo que ha pasado en el país, que reconoce que se escenificó una estrategia política inédita para “disputar la hegemonía”, sintonizada con las de otros países de la región. En los últimos años, en Venezuela y en Argentina, así como en menor medida en Bolivia, los gobiernos “progresistas de izquierda” también se vieron empujados a confrontar más o menos violentamente con los mayores medios privados en aras de asegurarse la gobernabilidad, aplicando una postura política firme y aprobando leyes que regulen la comunicación y el accionar de los medios.

Tales cuerpos normativos, en los casos argentino, boliviano y ecuatoriano planteaban una redistribución de frecuencias que daba enorme espacio para los medios públicos y comunitarios; así como generando la posibilidad de una comunicación permanente y directa entre el gobierno y la ciudadanía, como en los casos de “*Aló Presidente*” y de los Enlaces Ciudadanos conducidos por Hugo Chávez y Rafael Correa, respectivamente. Aparte del objetivo de una recomposición “popular y ciudadana” del escenario mediático en sus contenidos y propiedad, esta ley introdujo la regulación de contenidos audio-visuales discriminatorios, violentos y sexualmente explícitos en horarios inadecua-

dos, la nacionalización de la producción publicitaria y el aumento sustantivo de la cuota de pantalla de producciones audiovisuales nacionales, así como la obligatoriedad de que todos los medios den un espacio a contenidos interculturales. Es decir, por primera vez en el país, se reconoció el papel cultural de la comunicación masiva, y se amplió sustancialmente los derechos ciudadanos para demandar rectificaciones y réplicas, así como para denunciar violaciones a esta ley. ¿El resultado? Mayor cuidado por parte de varios medios y de periodistas en el tratamiento noticioso; más respeto a las franjas horarias en la programación de contenidos y ciertos esfuerzos por evitar mensajes sexistas o racistas en la programación, sobre todo.

Otro asunto que hay que mencionar es que para aplicar estas disposiciones legales se crearon nuevas instituciones estatales en aras de regular, controlar y sancionar los incumplimientos legales, así como encargadas de concientizar y educar a la ciudadanía sobre cómo ejercer sus derechos. Desde esta perspectiva, el nuevo marco legal permite mejorar la calidad de los contenidos y disminuir la continua afectación de derechos que existía antes. Aparte de eso, la política gubernamental ha tenido la virtud de colocar sobre la mesa la dimensión política e ideológica de temas comunicacionales que nunca antes fueron tratados en el debate público.

Logros y falencias *democratizadoras*: desafío pendiente en la comunicación

Sin embargo, resulta ineludible evaluar con la mayor justeza posible lo que se ha logrado tras casi tres años de vigencia de la Ley de Comunicación. Salvo algunos aspectos de la Ley que deberían ser reformados o eliminados. Tal es el caso de la inaplicable y ambigua figura de “linchamiento mediático”, la falta de operatividad de los “defensores de audiencias” y otras cuestiones relacionadas con la arbitraria aplicación de sanciones en las que ha incurrido en varias ocasiones la Superintendencia de Comunicación -SUPERCOM-, privilegiando forzadas sanciones sobre contenidos donde se criticaba a funcionarios públicos, que por su debilidad

argumental resultó contraproducente en términos políticos, posibilitando más bien que se reviva en el imaginario colectiva la figura de “ley mordaza”, intencionalmente creada por la oposición y que acompañó a la Ley como una “sombra” durante su turbulento y demorado proceso de aprobación legislativa”.

En definitiva, aunque el marco normativo de la comunicación es claramente progresista, se evidencia notorias falencias en su aplicación y resultados. No haber posibilitado la participación plena de la ciudadanía en el proceso lo que se expresa críticamente en dos ámbitos: el retraso y las inconsistencias técnico-legales respecto a la creación de nuevos medios comunitarios y la falta de espacios donde la propia ciudadanía “se haga cargo” de defender sus derechos y presionar por una mejora estructural del sistema de comunicación (inexistencia de observatorios y veedurías surgidos y manejados desde la sociedad civil, la falta de constitución del Consejo Ciudadano en el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación -CORDICOM-). Por otra parte, se nota la falta de renovación en el discurso gubernamental y en sus estrategias de comunicación política, que han llevado a que buena parte de la ciudadanía llegue a hartarse de un enfrentamiento verbal repetitivo en su retórica, así como una política editorial en los medios públicos que ha privilegiado ya sea la competencia comercial o el enfrentamiento político abierto con los privados, en lugar de una renovación de los contenidos alineada con las necesidades y demandas ciudadanas por nuevos contenidos educativos, culturales e informativos.

En suma, desde el 2007 se abrió una oportunidad histórica para la democratización de la comunicación en el Ecuador, pero en la práctica, a pesar de ciertos avances inocultables, se ve que se ha privilegiado intereses oficiales coyunturalistas, se han tomado malas decisiones políticas en varios de los frentes de la institucionalidad comunicacional y la actuación de ciertas autoridades encargadas de aplicar la ley ha dejado mucho que desear, apartándose de la apuesta por una comunicación plural, de calidad y de servicio a la ciudadanía. ☞

El Salvador: Inicia proceso de democratización de las comunicaciones

Leonel Herrera

El Salvador es el primer país de Centroamérica que aprueba reformas legales orientadas a la democratización de las comunicaciones, y se suma a la corriente latinoamericana de construcción de modelos mediáticos más plurales que permitan una mayor diversidad de voces en la deliberación pública.

La Asamblea Legislativa aprobó el pasado 5 de mayo un pliego de reformas a la Ley de Telecomunicaciones que reconocen a los medios comunitarios, establecen mecanismos alternos a la subasta para la asignación de frecuencias radioeléctricas, eliminan el carácter automático en la renovación de las concesiones, incorporan las nuevas tecnologías de las telecomunicaciones y redefine varias funciones de la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET) como ente rector del espectro radioeléctrico.

La ley reformada -que fue aprobada en 1997 en el marco de la implementación del modelo neoliberal que privatizó empresas estatales y servicios públicos esenciales- sólo reconocía a los medios privado-comerciales, otorgaba las frecuencias únicamente por subasta al mayor postor, prorrogaba las concesiones automáticamente y reducía el rol de la SIGET a

un simple administrador técnico sin mayores atribuciones para la gestión, administración y vigilancia del espectro.

Las reformas fueron presentadas por la SIGET, y -a pesar de no ser toda la reforma integral y democratizadora que el país necesita y que las organizaciones sociales progresistas plantean- constituyen un primer paso relevante de un proceso que apenas comienza.

La aprobación es resultado de la lucha histórica de las radios comunitarias y organizaciones populares que promueven la democratización de las comunicaciones, y de una estrategia de incidencia sostenida en los últimos cinco años. Esta estrategia fue impulsada por más de cincuenta organizaciones sociales, académicas y de medios alternativos que integran la Red por el Derecho a la Comunicación (ReDCo), entre éstas la Asociación de Radios Participativas de El Salvador (ARPAS).

Mandato judicial, consenso mediático y unanimidad parlamentaria

Lo más llamativo del proceso de reformas es que éstas tuvieron el aval de los principales actores mediáticos del país, incluidos los consorcios y gremios de medios más resistentes a las reformas, y fueron aprobadas por todos los grupos parlamentarios, entre éstos el del oligárquico partido ARENA, principal aliado de los medios hegemónicos. ¿Cómo fue posible esto?

Leonel Herrera es director ejecutivo de la Asociación de Radios Participativas de El Salvador (ARPAS) y presidente de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

Ante la falta de voluntad política de la Asamblea para realizar una reforma, organizaciones de la ReDCo interpusieron demandas de inconstitucionalidad contra la Ley de Telecomunicaciones. Las demandas fueron presentadas en agosto de 2012 y abril de 2013, con el propósito de obligar a una reforma a través de sentencias de inconstitucionalidad.

Dichas demandas argumentaron violaciones a los principios constitucionales de igualdad, libertad de expresión, prohibición de prácticas monopólicas, orden económico con justicia social, prevalencia de tratados internacionales sobre leyes secundarias, entre otros. Esto porque las disposiciones de la ley excluían a los medios sin fines de lucro, permitían la perpetuidad de las concesiones y consolidaron el actual esquema mediático corporativo, concentrado y violatorio de los estándares internacionales de libertad de expresión.

La primera demanda impugnaba la subasta al mayor postor como único mecanismo para asignar frecuencias radioeléctricas, y la segunda cuestionaba la renovación automática de las concesiones, la falta de límites antimonopólicos, el carácter de bien privado de las concesiones, los excesivos anchos de banda y el no reconocimiento de los medios comunitarios y públicos.

Durante tres años las organizaciones de la ReDCo impulsaron con fuerza el debate público sobre el derecho a la comunicación, se movilizaron junto con otros movimientos sociales para presionar a la Sala Constitucional y hasta lograron que interviniera en el proceso el Relator de Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH), Edison Lanza.

Hasta que la Sala, finalmente, emitió una sentencia el 29 de julio de 2015 en la que declaró inconstitucional la subasta como único mecanismo de asignación de frecuencias y eliminó la renovación automática de las concesiones. La resolución, por tanto, ordenó a la Asamblea establecer mecanismos alternos a la subasta y

un procedimiento para renovar las concesiones.

En los demás aspectos impugnados en las demandas, los magistrados no aceptaron los argumentos de inconstitucionalidad. Sin embargo, se logró el objetivo de abrir un proceso de reforma que no habría sido posible por voluntad propia de la Asamblea.

Abierto el escenario legislativo, aparecieron dos propuestas de reformas en pugna: una reforma integral y democratizadora promovida por la ReDCo, que fue abrazada por la izquierda parlamentaria; y otra propuesta restrictiva e insuficiente impulsada por los grandes medios privados y sus acólitos de la derecha legislativa, que aceptaron a regañadientes el mandato de la sentencia de inconstitucionalidad pero insistían en que la reforma debía limitarse a mecanismos de asignación de frecuencias y la renovación de las concesiones.

En diciembre de 2015 la derecha tenía los votos suficientes para aprobar su propuesta de reforma, pero desistió ante la presión de las organizaciones populares, el llamado del Relator Edison Lanza a tomar en cuenta los estándares de libertad de expresión de la CIDH y la advertencia del Ejecutivo de que sería vetada cualquier reforma limitada y que no incluyera las propuestas de todos los actores involucrados.

Fue entonces que la SIGET convocó a una mesa de diálogo con los principales concesionarios de medios y la ReDCo para elaborar una propuesta de reforma integral y de consenso.

Así, los grandes medios -acorralados por el mandato judicial de hacer una reforma, la falta de correlación en el Ejecutivo para viabilizar su propuesta y la necesidad de “asegurar” la renovación de sus concesiones y sus espacios en el sistema digital- aceptaron el diálogo y la negociación de una reforma con la cual, hoy por hoy, ganan todos: la derecha mediática, el gobierno y las organizaciones populares que apuestan por ir gradualmente

cambiando el marco legal de las comunicaciones para construir un modelo de medios más democrático.

Contenidos relevantes de la reforma

De las reformas finalmente aprobadas, destacan los siguientes aspectos:

- Nuevos mecanismos para asignar concesiones y reconocimientos de los medios comunitarios. La reforma crea el concurso público y la asignación directa, como mecanismos alternos a la subasta para la asignación de frecuencias de radio y televisión; así también reconoce la existencia de los medios comunitarios por radiodifusión y otros medios sin fines de lucro, y prohíbe que éstos sean sometidos a subasta para poder acceder al espectro radioeléctrico.
- Eliminación de las prórrogas automáticas. La reforma establece un procedimiento y requisitos para la renovación de las concesiones.
- Redefinición de las atribuciones de la SIGET. Con las nuevas funciones dadas por la reforma, la SIGET actuará como institución rectora del espectro radioeléctrico y con facultades para reorganizar el espectro, reservar y liberar frecuencias, autorizar (o no autorizar) traspaso de derechos de explotación de frecuencias y aplicar criterios para un uso más eficiente, incluyente y transparente de los espacios radioeléctricos.
- Incorporación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, contratos

de concesión y actualización de las tasas. La reforma actualiza la ley en términos tecnológicos, permite que a través de los contratos de concesión la SIGET pueda monitorear el uso correcto de las frecuencias y permitirá al gobierno percibir mayores ingresos por las concesiones de los medios con fines lucrativos.

- Rol consultivo de la Superintendencia de Competencia (SC) en la asignación de nuevas concesiones y en el traspaso de derechos de explotación de frecuencias. Para evitar mayores niveles de concentración y garantizar la transparencia, la reforma permite que la SC emita opinión sobre asignación de nuevas concesiones y traspaso de derechos de explotación.

La reforma no establece límites a la propiedad mediática; sin embargo, esto es necesario para revertir la concentración actual y generar ingreso de nuevos competidores, diversidad mediática y pluralismo informativo. Por tanto, deberá ser prioridad en las reformas venideras. Otra prioridad tendrá que ser la reserva de, al menos, un tercio del espectro para los medios comunitarios.

La reforma aprobada no es toda la reforma integral y democratizadora que el país necesita para desmontar el esquema mediático hegemónico, funcional a los intereses de las élites oligárquicas. Sin embargo, las organizaciones de la ReDCo la valoran como una buena reforma inicial y transitoria, a la que deben seguir otras generaciones de reformas. Es el primer paso en la democratización de las comunicaciones y la construcción de un nuevo marco jurídico para un modelo de medios incluyente, transparente y democrático. <<

Colombia:

Medios, posconflicto y posacuerdo de paz

Equipo desdeabajo

De la guerra al posconflicto. En Colombia, esta posibilidad copa con creciente atención los informes cotidianos de los diversos medios de comunicación. Asombra el giro vivido en todos ellos, pues, así como cubrieron sin crítica notable el gobierno encabezado por Álvaro Uribe Vélez, y su estrategia de guerra total -por sólo poner un ejemplo-, asimismo proceden con el de Juan Manuel Santos y su giro hacia la negociación política de la guerra que por décadas ha azotado este país.

¿Desdén? Se pudiera decir que su forma de proceder es normal, ya que, para algunas teorías comunicativas que ellos sustentan, los medios simplemente cubren y reseñan los sucesos sin tomar partido. Sí y no, porque lo que reflejan con su actitud es mucho más que 'neutralidad' y lo que permiten percibir es acomodamiento, es *bailar* al ritmo que les toquen. Y el que suena en cada gobierno es el ritmo de la protección del poder, lo que muy bien saben hacer los medios oficiosos, garantizando con su estilo y su forma de cubrir la noticia el status quo, práctica correspondida con el sostenimiento de la pauta y otros negocios, y de esta manera la conservación y el fortalecimiento de las empresas a las que están inscritos estos medios -audiovisuales, radiales, escritos, virtuales o no-. Esa fidelidad con el poder les garantiza también acceder sin

restricciones a las fuentes gubernamentales. De esta manera, sus notas, si bien cubren las noticias (se supondría que no hay censura ni desinformación), no brindan contexto alguno sobre las mismas. De modo que no ocultan el suceso, pero con su forma de trabajar la noticia impiden la cabal y profunda comprensión de la misma.

Es precisamente esto lo que está ocurriendo con el proceso de paz en marcha en Colombia en su versión Gobierno-Farc o con su variable Gobierno-Eln, calificados en ambos casos como avance hacia una nueva etapa en la vida republicana de este país, una etapa de posconflicto.

Como es sabido, durante el mandato de Uribe Vélez -por sólo tomar un tiempo cercano para esta observación- las guerrillas eran calificadas y tratadas como terroristas, y los medios, sin pudor alguno, repetían y ampliaban el discurso oficial sin cuestionamiento alguno. ¿Tenían explicación histórica, razón de ser -más allá de compartirlas o no-, estas organizaciones armadas? ¿Por tanto, era procedente elevarlas -o rebajarlas- al epíteto redoblado por los grupos de poder? Sin cuestionarlos, los medios de comunicación oficiosos no respondían a este interrogante en el momento de brindar sus noticias y simplemente ampliaban la propaganda oficial sobre la confrontación armada -guerra política-, generando entre la población una clara confusión sobre el conflicto que padecen con mayor crudeza las comunidades asentadas en zonas rurales y po-

Desdeabajo es el germen de un sistema nacional de comunicación alternativa con asiento en Colombia. www.desdeabajo.info

blaciones intermedias, y de manera colateral quienes habitan las principales ciudades del país.

Ahora sucede otro tanto. Sin preguntarse abiertamente sobre este mismo conflicto, sobre su origen, antecedentes más lejanos o más cercanos, sobre el desarrollo de la guerra y cada uno de sus entornos, le hacen eco a la negociación política con sede en La Habana. Del epíteto de terroristas, siempre endilgado a las Farc, ahora los tratan en los mejores términos. ¿Cómo ocurrió este giro? Es simple: el Gobierno cambió en el tratamiento de sus enemigos, y los medios, sin respeto por su labor, optaron por igual transformación. ¿Ocurrió alguna autovaloración de estos medios sobre su función en este periodo histórico del país, para luego brindarle explicación a su público sobre el porqué de los giros sufridos en sus agendas? ¡No! Y este silencio o autocomplacencia con su actitud es comprensible, pues su ejercicio comunicativo es vertical, nunca horizontal: ellos venden información y la sociedad la compra, la consume.

En la agenda de negociación del Gobierno con el Eln, congelada por el problema de los secuestros, a pesar de haberse pactado una carta de navegación hace pocas semanas, ningún medio se pregunta, cómo pudo el Gobierno firmar tal agenda sin condicionantes, y, una vez hecha pública, afirmar (exigir) que, si los secuestrados no son liberados, la agenda no tomará cuerpo. Todos a una hacen eco a la exigencia oficial -que puede ser legítima, el asunto no es el punto, pero que está mal planteada-. Para los medios oficiosos, la sospecha y la pregunta acerca de cuáles pueden ser los motivos -más allá del secuestro- que enfrían la agenda oficial, parece no existir. ¿Puede desarrollarse una agenda comunicativa abier-

ta, plural, deliberativa, sin sospechas, dudas ni interrogantes?

Es este tipo de proceder lo que lleva a difundir el concepto posconflicto, impuesto por el Gobierno, y dejar de lado el de posacuerdo, que haría más honor a la realidad del país. ¿Por qué esto? Porque no es posible que, una vez firmada la paz con las dos expresiones de la insurgencia, Colombia entre en una etapa de posconflicto pero sí en una de posacuerdo. Recuérdese que una condición de estas negociaciones es que lo estructural no está sobre la Mesa o, en otras palabras, que temas como el modelo económico, Fuerzas Armadas y otros de igual tenor no son negociables. Es decir, lo que está en discusión son elementos importantes pero no fundamentales, y entonces se van por las ramas y no por el tronco.

De esta manera, una vez dejadas las armas por estos grupos que las portaron por tantos años, en la Colombia del posacuerdo la conflictividad social proseguirá, tal vez de manera más intensa, y ahora sin que puedan tildarla, unos y otros, de instrumento de la subversión. Y sobre este tipo de circunstancias nada dicen los medios oficiosos de comunicación. Para ellos, como voceros del discurso oficial, habrá posconflicto ¡y punto! Así, no se tocarán las condiciones estructurales que animarán la conservación y la agudización de los conflictos sociales, y que hacen de la democracia criolla un simple ejercicio formal de participación y elección de funcionarios públicos, democracia sospechosamente existente y reconocida pese a la vergonzosa desigualdad y la injusticia social reinante en el territorio que le hace honor a Colón y no a Bolívar, parecen no existir. Así, ¿en qué quedará el periodo de paz que anuncian para el país? ◀

Cuba - EUA:

Dialogar para construir la unidad

Tamara Roselló Reina

Cuba se ha puesto de “moda” a juzgar por la cantidad de visitantes que llegan desde cualquier geografía: turistas, artistas, empresarios, políticos, periodistas... Muchos se han acercado por primera vez luego del restablecimiento de relaciones diplomáticas entre los gobiernos de Estados Unidos (EUA) y el de la isla. La combinación de riqueza natural, cultural e histórica junto al carisma de su gente, forman parte de este paisaje desde mucho antes del 17 de diciembre de 2014 cuando Raúl Castro y Barack Obama anunciaron el inicio de una nueva etapa en la historia común de estos países.

El 2016 tiene ya varios récords para la mayor de las Antillas. La visita del presidente estadounidense Barack Obama del 20 al 22 de marzo: no sucedía nada parecido desde 1928 cuando estuvo en La Habana el presidente John Calvin Coolidge. El concierto multitudinario y gratuito de The Rolling Stones. Chanel escogió el Paseo del Prado habanero para realizar uno de sus desfiles, presentando una colección impagable para la mayoría de las cubanas y cubanos, que tampoco fueron invitados al espectáculo. La octava parte de la película de Hollywood “Rápido y furioso”, tendrá imágenes de lugares emblemáticos como

el malecón en el litoral norte de la capital cubana. Tocó puertos cubanos el buque Adonia, con 700 personas a bordo, para inaugurar una ruta que el bloqueo estadounidense tenía prohibido a los cruceros que parten del territorio norteamericano.

Todo esto ha ocurrido en el primer semestre del año, dejando tras de sí una amplia polémica que no se limita al hecho, sino a sus implicaciones y pertinencia en el momento actual. Salvo el caso de la emblemática banda de rock inglesa, el resto de los acontecimientos conectan con una problemática urgente: las carencias del modelo de comunicación política puesto en práctica en Cuba y la necesidad de refundarlo a la luz de los cambios en curso, que son anteriores a la “normalización” de las relaciones con el vecino poderoso de la “otra orilla”. A esto se suma el próximo cambio generacional en el liderazgo histórico de la Revolución.

Como afirma Raúl Garcés, decano de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana: “El Estado tiene el desafío de ser eficiente, y el sistema comunicativo de la Revolución tiene el deber de acompañarlo en ese propósito. Pero si no hay voceros en los ministerios y otras entidades, si las estrategias de comunicación no se convierten en instrumentos de aplicación práctica cotidiana, si los funcionarios no se entienden a sí mismos como servidores públicos y carecen de entrenamiento para enfrentarse a cámaras, grabadoras y micrófonos, el camino de mostrar la sostenibilidad y prosperidad de nuestro socialismo se hará más empedrado y difícil.

Tamara Roselló Reina es periodista cubana y comunicadora popular. Labora en el Centro Memorial Martin Luther King Jr. desde donde acompaña procesos comunicativos de articulación continental entre movimientos y organizaciones sociales y populares.

“(…) Ahora que los Estados Unidos no estarán solo a 90 millas, sino, probablemente, en opulentos aviones de American Airlines posados en nuestros aeropuertos, o en lujosos ferrys con sus narices asomadas al Puerto de La Habana, ninguna escaramuza de coyuntura debiera ser más fuerte que la unidad nacional. Y aunque parezca paradójico, la unidad nacional será más sólida mientras más flexibles y abiertos a la diferencia resulten los límites de la cultura política compartida (...)”¹

La noticia de una nueva era en la diplomacia entre EUA y Cuba ha provocado reacciones diversas. Cuesta imaginar cómo será el acercamiento con quienes se ha sostenido un diferendo de más de medio siglo. Por una parte se ha reiterado que se trata de un cambio de estrategia, no de objetivos. Pero indiscutiblemente, el cambio de estrategia también tiene que darse puertas adentro, no para responder a las exigencias externas, sino a las internas.

Contra el olvido

La información es un bien público indispensable para poder tomar decisiones certeras, para construir consensos, para soñar el futuro e ir tras él. El momento que vive Cuba requiere maneras creativas de tejer confianza, nuevos modos de establecer conexiones entre quienes han asumido responsabilidades políticas y el pueblo. El contexto no es el mismo, las generaciones tampoco.

Eso bien lo sabe Obama y los resortes que utilizó aquí tomaron en cuenta datos de la coyuntura nacional para usarlos a su favor. Tal como dice el educador popular Ariel Dacal “la estrategia comunicativa de Obama en Cuba fue técnicamente interesante, llena de matices, novedades y seducción. Ninguna frase espontánea, ninguna cita al descuido, ninguna omisión por apuros protocolares. En el guión seguido, Obama ratificó que la memoria política es selectiva, en ella subyace la ideología

¹ “Comunicación y política tras el 17 de diciembre”, tomado de <http://cartasdesdecuba.com/comunicacion-y-politica-tras-el-17d/>

de quien habla, nunca universal, nunca neutral (...) La trampa más peligrosa que trajo es inutilizar la historia, vulgarizarla, reducirla a dato menor, mirarla como freno para el “progreso” (...) Hay que entender que dejar la historia a un lado es desarmarse políticamente”.

Es tiempo de trascender las lecciones de los libros y las aulas, para que a las y los más jóvenes no les resulte historia antigua el pasado reciente de confrontación, que ha separado a las familias, ha provocado muertes y penurias materiales, por eso no es aceptable olvidar. Los asesores de Obama no acertaron con ese pedido. Sí lograron empatía cuando intencionaron el intercambio con Pánfilo, protagonista del programa humorístico “Vivir del cuento”, el de más teleaudiencia en la isla o el uso de la popular jerga “¡que bolá cubanos!”, acercándolo sobre todo a la cultura popular, por sólo colocar dos ejemplos. En sus intercambios y en el discurso final, no disimuló el paradigma al que se debe, basado en la idea de la propiedad privada como fuente de prosperidad, derecho y libertad. Algunos jóvenes nacidos y educados aquí bajo otra concepción de la vida, prefieren ir tras el ideal americano, buscar mejores oportunidades profesionales y económicas, antes que esperar que la actualización del modelo cubano genere las riquezas que necesita el pueblo para disfrutar de mayor bienestar o alcanzar “el socialismo próspero y sostenible” que se enuncia. Se calcula que más de 1200 cubanos han llegado recientemente a los EUA a través de corredores humanitarios habilitados en Centroamérica. Aunque ningún representante del gobierno de Obama ha mencionado la posibilidad de que cese la Ley de Ajuste Cubano, muchos auguran su cercano fin y por eso quienes se plantearon residir en ese país, se han apurado a dar el paso. Van por una prosperidad que en Cuba no les parece alcanzable.

La próxima batalla

Tal vez para esas cubanas y cubanos la promesa del *American way of life* no les suena ajena a pesar de la distancia política de más

de medio siglo, porque la ideología viaja (se instala y recrea) de maneras sutiles: a través de las películas y series estadounidenses que trasmite la Televisión Cubana o que contiene el paquete semanal -una manera alternativa de distribución de videos y otras producciones-, o también con el uso de la ropa y otros productos que envía la familia cubano-americana... Por eso, es en ese plano de las ideas donde está el desafío planteado para la sobrevivencia de la Revolución cubana. Ya lo había dicho Fidel Castro en la Universidad de La Habana, dependerá el futuro de nosotros, de nosotras; aunque ahora pareciera que Obama también dijo algo similar.

En clave comunicativa lo esencial es generar diálogo, sumar más voces a los espacios de construcción de nuestra alternativa nacional y que ganen legitimidad y alcance los debates, la confrontación de ideas y propuestas sobre el presente y el futuro de la nación, sin que ello sea privilegio de un sector o clase, o en respuesta a una agenda que se elabora fuera

de Cuba o en una sola esquina del país. En ese sentido, como en otras épocas históricas, nada humano nos ha de ser ajeno para cultivar valores socialistas, para transformar la subjetividad que sostiene al egoísmo, al pesimismo, al inmovilismo, al conformismo, a la privatización y construir imaginarios colectivos que movilicen y reencanten con el proyecto de la esperanza compartida y multiplicada, que sembró lo mejor de la tradición de lucha por la independencia cubana y que la Revolución triunfante de 1959 ha asumido como principio.

En el blog A mano y sin permiso², Carlos Lage Codorníu escribió “Cuba ganó una gran batalla por resistir y perseverar, pero solo podrá ganar la próxima en la medida en que sea capaz de cambiar y adaptarse al nuevo contexto, de rescatar (ahora es posible) la esencia del proyecto emancipador que nos condujo hasta aquí”. ↩

2 <http://amanosinpermio.blogspot.com/2016/03/obama-metodos-y-metodologos.html>



El triple desafío de comunicar para la integración

Javier Tolcachier

Más allá de dificultades coyunturales, la integración regional de signo soberano es un proyecto permanente que -como todo proyecto- sufre altibajos en el proceso de su consecución. La integración representa una afrenta a la lógica de la subordinación. Señala no sólo un camino de relativa independencia y paridad en relación a los centros de poder establecido, sino que también proclama la posibilidad de una convergencia intencional de los pueblos sin mediar imposición de modelos. Apunta en la indiscutible dirección de la historia humana que implica la superación de condiciones previas de dolor y sufrimiento, de opresión y violencia. Conlleva, por tanto, en su esencia -y por sobre todo intermedio táctico- un eminente conflicto con las pretensiones de dominio hegemónico. El signo integrador solidario encarna y encara, además, una lucha inequívoca contra el inmovilismo histórico y social.

La imagen de una identidad común que rescinda fronteras ficticias, recoge anhelos de unidad, promueve relaciones de desarrollo y abre a los pueblos la posibilidad de forjar un destino compartido en sentido fraterno.

La encrucijada del momento geopolítico muestra la reacción estadounidense contra el avance alcanzado en los últimos años por

el multilateralismo, en aras de la recomposición de un frustrado esquema unipolar. Esta ofensiva es propugnada por sectores hiperconcentrados (banca, corporaciones, complejo militar industrial), que tienen su anclaje jurídico, militar, político y económico en el país norteamericano y manejan el sistema político de aquel país.

El objetivo de dicha reacción es claro: destruir todo esfuerzo de integración externo a su órbita de intereses y contrarrestar las nuevas alianzas mundiales establecidas por los países BRICS, las relaciones Sur-Sur. Así se pretende detener la inminente caída del sistema internacional establecido en la segunda mitad del siglo pasado, cuyas instituciones y moneda son controladas por los Estados Unidos de América.

Desde un punto de vista histórico, despunta también de manera innegable un extendido, indignado e irreverente reclamo de superación sistémica de lo viejo por algo nuevo, multiforme en su reclamo y acaso también en sus objetivos. Dicha rebelión es mundializada, se produce en muy distintos contextos culturales y su portador principal son las nuevas generaciones.

Frente a este escenario, la comunicación no ha sido, no es, ni puede ser neutral. Más aún: gran parte de lo que llamamos "comunicación" ha desaparecido, siendo fagocitada por la propaganda. Esa modalidad de difusión masiva, es la que mantiene vivo a un sistema de acu-

Javier Tolcachier es investigador del Centro Mundial de Estudios Humanistas y columnista en la agencia internacional de noticias Presenza.

mulación de capital ya largamente obsoleto en términos de economía real.

Ya desde la aparición en los EEUU del libro de E. Bernays “Crystallizing Public Opinion” (1923), las técnicas de mercadeo reemplazarían significativamente a todo otro mensaje en la esfera pública. Los estudios cinematográficos de Hollywood aportarían la colonización modélica, mientras que en el área política, los sucesivos estamentos de guerra psicológica del Departamento de Estado norteamericano y la CIA cooptarían medios y periodistas¹ para diseminar infundios e ideología. Su misión fue (y sigue siendo) la de potenciar la imagen de Estados Unidos como bastión del mundo libre y como modelo de vida para los demás pueblos del mundo.

La larga noche de la posguerra, lejos de haber desaparecido, llega hasta hoy. De manera directa o a través del servilismo de las empresas locales, los contenidos difundidos por sus extendidos tentáculos se manipulan para hacer creer a los públicos que el capitalismo es la única realidad posible y deseable.

La alianza objetiva de poder local y poder foráneo responde al interés de detener todo impulso democratizador, revolucionario o redistributivo que pudiera amenazar con socavar la monopolización de recursos y medios.

Esta articulación económico-medial que impulsó la globalización mercantil, el debilitamiento estatal y la corrosión de lo público, se opone de manera aparentemente contradictoria a todo intento de que las algo irreales particiones administrativas poscoloniales llamadas “países”, dejen paso a integraciones solidarias, cuya autonomía y fuerza pondrían en entredicho la injusticia estructural de la real partición sistémica: el poder financiero internacional en manos del 1% y el resto de los habitantes del planeta.

¹ Ver Operación Mockingbird o la nota de C. Bernstein http://carlberstein.com/magazine_cia_and_media.php

Contrainsurgencia mediática

La maquinaria de desinformación de los grupos mediáticos monopólicos es colosal en sus dimensiones, desintegradora en sus pretensiones y manipuladora en sus procedimientos.

Así, por su propia lógica expansiva, no sólo pretende asfixiar toda otra expresión u opinión en el espacio público, sino que también, por su inherente lógica de dominación, apunta a la ocupación de todo espacio simbólico mediante operaciones de contrainsurgencia semiótica.

Así es como la descarnada opresión y agresión se disfraza de cruzadas por la “libertad”. Así es cómo la sacralidad de la libertad en tanto supremo propósito de la especie es profanada y convertida en “libertad” de mercado, de comercio, de prensa, derivando en esa desalmada y falsa libertad individualista cuyo único destino son el desprecio por el otro, el temor y la absoluta soledad. Peor aún, ese desatino lingüístico, moral y conceptual exige para su instalación precisamente lo contrario: la pérdida de toda libertad emanada de la igualdad de oportunidades, la real democracia y la diversidad de expresiones. De esa manera, la libertad de todos queda supeditada a los insensibles designios de unos pocos.

Así es como la politización social es sindicada como rémora de tiempos idos, así es como el (aparente) vacío de significados inunda la superficie mediada, en un intento de acallar toda crítica y esfuerzo movilizador.

Así es como los paladines de la guerra, los instigadores de dictaduras, los que operan desde las sombras, elevan acusaciones denunciando a toda personalidad que emerge a través del genuino clamor popular para defender sus derechos. Esta distorsión ha llegado a crear incluso en los progresismos un sentido culposo de la formal (o formol-) democracia que el antipueblo aprovecha para avanzar. En definitiva, la real dialéctica de valores que se quiere oscurecer es aquella de la acumulación privada en oposición al bienestar común.

La contrainsurgencia mediática del sistema se mueve con los antepredicativos², es decir con elementos previos al juicio (prejuicios) y no con racionalidades argumentales. Es el espacio de los relatos, de una onírica macabra en sus intenciones pero atrayente en sus imágenes. Tal astucia quiere conectar con la dimensión activa del receptor, cuya memoria está forjada, en nuestra región, con muchos elementos de sumisión al poder foráneo y la cultura eurocentrista.

La riqueza de la diversidad

Comprender esto es esencial para avanzar en la integración de América Latina y el Caribe. Hemos sido formados en escenarios mentales de autodegradación. La conquista impuso gran parte de sus creencias, pretendiendo sepultar, tanto en términos físicos como simbólicos, toda construcción cultural precedente. La explotación colonial, la orientación de la fundación independentista ahora bicentenaria, su consolidación europeísta y plutocrática, la subsiguiente masiva inmigración europea junto a las leyes fascistas de proscripción cultural son factores que impusieron la instalación de un pensamiento colonizado. Éste impide apreciar suficientemente el mayoritario mestizaje cultural que nos caracteriza, dificultando el hermanamiento regional y peraltando la prevalencia del de afuera. Así, es común ver aquel rasgo autodestructivo en un contingente importante de nuestros pueblos que impele a querer parecerse “al otro” para no ser visto como un “otro”. Así, la liberación producto de la integración regional debe apuntar no sólo a reparar la destrucción objetiva sino también a reconstruir la demolición subjetiva.

No se trata de forjar identidades excluyentes, chovinismos regionales simplistas o defender un arcaísmo estático y sin futuro. Se trata de ponderar la riqueza de lo diverso, de recuperar la belleza de lo multiforme, de aunar en

2 Antepredicativo: en la fenomenología de Husserl, lo dado para la conciencia previo a emitir juicio.

sentido creativo lo mejor de los impulsos culturales sojuzgados, para desde allí, en gesta de iguales, proponer horizontes de colaboración y reciprocidad a las demás regiones.

Este panorama pone a la comunicación para una integración emancipadora ante un triple desafío:

Recuperar el sentido de la comunicación, contrarrestando el aparato mediático de propaganda mercantilista mediante el poder de la convergencia de lo diverso, mediante la articulación creativa de los millares de medios populares, comunitarios, universitarios o cooperativos, tan legítimos como aptos para dicha tarea. Es imperativo fijar agendas informativas y matrices de análisis propias frente al entramado prefijado por los conglomerados corporativos. Crear y compartir contenido multimedial de calidad que sirva para entretejer lazos de integración entre los pueblos.

Democratizar efectivamente la posibilidad de emitir y de recibir información, reclamar y hacer efectivo el derecho humano a la comunicación, exento de toda posibilidad de apropiación hegemónica.

Hacer docencia sobre el escenario de conflicto subjetivo entre comunicación liberadora y propaganda retrógrada. Al mismo tiempo, ayudar a reflexionar sobre la dimensión decisiva de superar esquemas de autodegradación y dependencia cultural, permitiéndonos la posibilidad de soñar con horizontes de acción y desarrollo no condicionados.

En ese sentido, el trabajo del Foro de Comunicación para la Integración de NuestrAmérica (FCINA), -articulación de medios, redes de comunicación y movimientos sociales de América Latina y el Caribe comprometidos con el avance de la integración de los pueblos de la región- representa, en relación colaborativa con otras iniciativas similares, la señal adecuada. ◀

Una perspectiva desde ALBA Movimientos: Comunicación e integración

Alcides García Carrazana

¿Hemos sido coherentes entre la teoría, el discurso, y la práctica comunicativa en nuestras organizaciones, espacios nacionales e internacionales, y en cada una de las acciones en la compleja coyuntura continental?

Comunicación, al menos desde la perspectiva que defendemos y necesitamos desde los pueblos en lucha, debe ser más que medios, redes sociales, notas, fotos, videos, declaraciones y recogidas de firmas; más que estadísticas, eventos, libros, conferencias, y espacios académicos. Es, sobre todo, política e ideología, diálogo y pedagogía, movilización y transformación; y para ello, tiene que ser indefectiblemente: unidad, pensamiento, planificación y práctica sistemáticas desde lo organizativo, mediático y popular. Comunicación debe y tiene que ser práctica contrahegemónica desde cada acción.

Es imposible ver y hacer comunicación separada de las líneas políticas que definen a una organización, a un movimiento; tampoco de la militancia, de las personas que la conforman en sus bases. Igual debe tomarse en cuenta la diversidad de interlocutoras/es, contenido, forma, estética, narrativa de cada mensaje para dialogar como necesitamos, para reflexionar y no sólo para informar, es necesaria la interlocución, con énfasis en que la sociedad sea productora de la información y tenga protagonismo en la definición de las agendas mediáticas. Sin pretender entrar en debates conceptuales, es imposible no investigar para comunicar; no dialogar para transformar; no comunicar para educar.

Alcides García Carrazana es coordinador del Frente de Comunicación de ALBA Movimientos.

Mecanismos de integración: lo nacional y lo continental en medio de un contexto desfavorable

Hoy se cuenta con diversos mecanismos que apuestan a la integración continental: esfuerzos desde los gobiernos como ALBA-TCP, UNASUR, CELAC, por ejemplo; apuestas desde los pueblos como ALBA Movimientos, y la diversidad de espacios de articulación en los países, hasta organizaciones de larga data y probada capacidad movilizadora en sus escenarios de lucha. Pero siguiendo el pensamiento de Paulo Freire, las cosas primero tienen que existir y después nombrarlas.

Existir implica mucho más que el nombre y la estructura, convocarse y reunirse; más que declaraciones finales y demandas. Existir implica mover pensamiento, compromisos, responsabilidades, identidad y acción desde las bases populares (tanto para gobiernos como para movimientos y organizaciones), para reconocer y defender no sólo la estructura, sino el proceso de lucha con objetivos concretos que permitan enfrentar el avance de la derecha y el capital sobre el continente, que permita confrontar y comenzar a revertir los golpes coordinados contra los gobiernos progresistas y los pueblos; para contrarrestar los embates de los monopolios mediáticos con sus matrices de opinión manipuladoras, que promueven el terrorismo mediático, el discurso único y la construcción del miedo.

La comunicación para la integración y la lucha no es un añadido para informar sobre las acciones o eventos, sino proceso vital, transversal, político e ideológico que estimula la participación, la construcción colectiva a partir de

las subjetividades y las identidades comunes; recuperando todo aquello que nos une que es mucho más grande e histórico respecto a lo que nos separa.

¿Cómo ponemos a dialogar nuestra historia y acumulado con la actualidad? ¿Los programas políticos y acciones de los mecanismos de integración de los gobiernos con las estrategias de los movimientos sociales y las voces y propuestas de los pueblos? ¿Cómo dialogamos entre las propias organizaciones, entre los dirigentes y la militancia? ¿Cómo construimos unidad, proyectos y acciones comunes? ¿Cómo somos una izquierda menos dividida? Retos complejos en medio de un contexto desfavorable en el continente, y en ello la comunicación es definitoria. Precisamos debatir, acordar, funcionar y avanzar desde la unidad, pues la derecha se reordena y nos ataca contundentemente. Y ello implica pensar y fortalecer medios de comunicación, sí, pero como apunta Martín Barbero, no sólo concentrarnos en los medios pues más importante son las mediaciones a partir de las vivencias, el acumulado histórico, los imaginarios populares, las identidades.

ALBA Movimientos: un aporte desde lo comunicativo

Somos un esfuerzo de articulación continental de los pueblos y sus luchas, de pensamiento y acción contra el avance de la derecha, el imperialismo y el capital, reconociendo nuestra diversidad pero anclada en la cultura y tradiciones que nos sustentan. Somos más de 400 organizaciones de 24 países del continente nuestroamericano. Tenemos un gran enemigo común que insiste en la fragmentación, y que la mejor manera de enfrentarlo es, como dijo Martí: “...hemos de andar en cuadro apretado como la plata en las raíces de Los Andes”.

Comprendiendo la importancia de la comunicación en ese proceso de integración continental, convocamos a la reflexión y acción no sólo desde la orgánica de ALBA Movimientos. Se han concretado varios espacios de trabajo,

entre los que destacan el acumulado de años de trabajo y dos encuentros continentales, uno de medios de comunicación (20 al 22 de noviembre del 2015 en São Paulo, Brasil), y uno de comunicación popular y movimientos sociales (22 al 28 de febrero del 2016 en Caracas, Venezuela), donde confluyeron también otros medios y articulaciones continentales con quienes compartimos visiones políticas y estratégicas. El gran objetivo, no sólo reflexionar, sino unirnos y accionar desde lo comunicativo como un “puño” contra-hegemónico continental.

Como resultado, se encuentra funcionando, aunque perfectible y en proceso de consolidación, una estructura de coordinación y gestión que vincula a medios, experiencias y otras articulaciones y espacios continentales y nacionales.

Se cuenta con un Equipo de Coordinación Continental; coordinaciones regionales (con funciones organizativas y de articulación) en Norteamérica, Mesoamérica, Caribe, Cono Sur y Zona Andina, y referentes por países. A la par, equipos para la producción en radio, video, impresos y editorial, web y redes, diseño y arte, y formación e investigación.

Para hacer operativo y funcional el trabajo, también están activos canales de coordinación y distribución de contenidos, que articulan alrededor de 100 medios alternativos y populares de todos los países del continente, junto a otros 40 medios aliados de amplio alcance nacional e internacional.

Además de la dinámica diaria de trabajo, se cuenta con varias experiencias exitosas de coberturas colaborativas y convergencia de medios continentales, en las que, a decir de Carlos Aznárez, director de Resumen Latinoamericano “todos somos corresponsales de todos”. Pero no escapamos de la fragmentación de los procesos, nos cuesta construir unidad, pensar y accionar en común, mirar no sólo lo nacional sino tender puentes de forma articulada a lo continental, ponerle desde lo

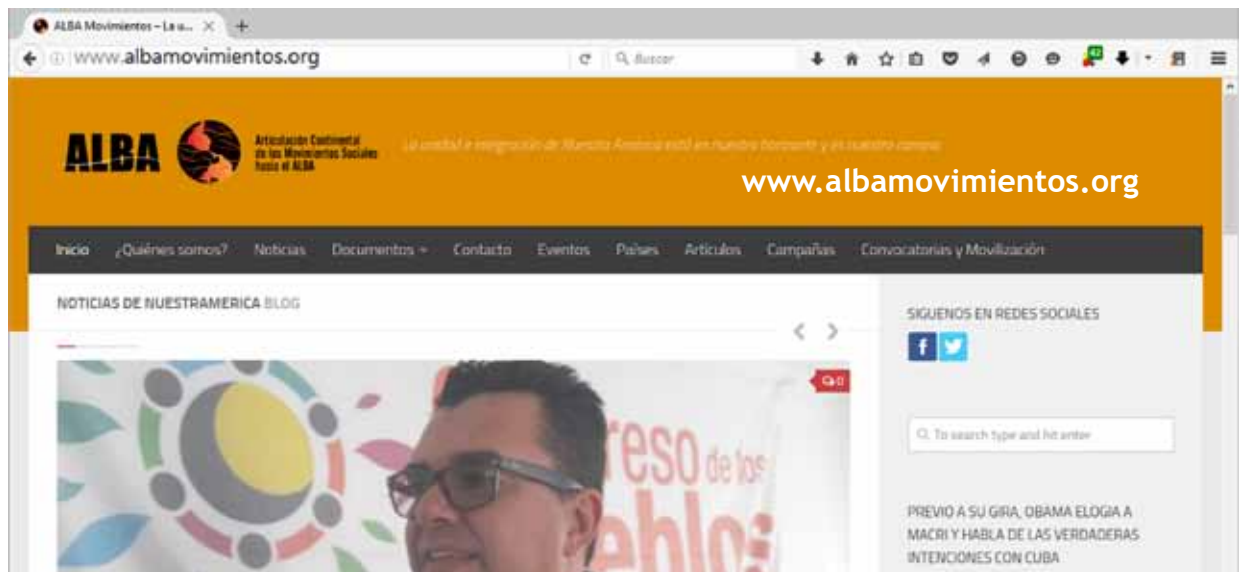
personal y organizacional energías, tiempo, recursos, a un proceso que nos demanda integración por la lucha común.

Desafíos en el nuevo escenario

Es un imperativo proseguir el debate y la consolidación de propuestas articuladas para hacer la comunicación que el tiempo político exige, pero requerimos soluciones en una especie de carrera contra reloj: pensar y actuar, bien y rápido. Se impone vencer barreras y visiones reduccionistas e instrumentales que atentan contra esa comunicación que necesitamos.

Precisamos debatir y construir desde la rica teoría latinoamericana; investigar para comunicar, pero sin caer en la deformación de una Academia que a veces ata más que libera en formas y contenidos para llegar a una práctica transformadora, movilizativa, forjadora de sujetos políticos. Urge profundizar espacios de formación, no sólo técnica para producir, sino formar interlocutoras/es de pensamiento crítico, de cultura de consumo o recepción, de contenidos para desmontar las argucias de los monopolios mediáticos y abrir los espacios a lo alternativo y popular, que debe también crecer en calidad de su discurso, de su estética y propuesta integral.

Necesitamos progresar en la lucha por democratizar la comunicación, que como dice Gabriel Kaplún, implica buscar y reflejar “la palabra del otro”, de la otra persona casi siempre ausente y dominada, y que esa otra persona no es solo el dirigente, especialista o experto que utiliza el “nosotros”, sino dar voz a los pueblos. Pero también implica “democratizar el lenguaje”, hablar desde lo cotidiano y no la fabricación de un discurso; “democratizar los medios” para sean en verdad de las mayorías y no de los magnates económicos y políticos, pero tampoco de la dirigencia de nuestras organizaciones sociales y populares para que dictan pautas, sino que sea una construcción participativa desde las bases, desde el pueblo o la comunidad. Y por último, Kaplún dice que democratizar la comunicación implica reconocer y fomentarla más allá de los medios. Una reunión, una marcha, un mercado, la escuela, la música, la danza, el teatro, un dibujo, un juego de futbol, una fiesta... en fin, todos son espacios de comunicación, de interacción, de interlocución y deben favorecer el tipo de comunicación que necesitamos: de forma integrada, estimulando procesos de reflexión, de unidad, de movilización, de lucha, y de transformación, que nos permitan construir la sociedad que queremos desde los pueblos Nuestroamericanos. <



Luchas ciudadanas en torno a Internet

Sally Burch

Crecientemente, Internet y el ciberespacio son el escenario de disputas de poder, donde superpotencias y corporaciones transnacionales protagonizan una pugna mundial por conquistar y dominar esta nueva dimensión, integrándola en el marco de los conflictos geopolíticos, geoeconómicos y militares. Esta pugna tiende a dejar en segundo plano otra disputa -no menos relevante- entre distintas visiones de Internet, que enfrenta esta óptica de poder y dominio con otra, centrada en afianzar los derechos y el empoderamiento de la ciudadanía a través de su apropiación de la tecnología y los nuevos espacios comunicacionales. Esta segunda pugna tiene como escenario las luchas de innovación y resistencia, desde el ámbito local hasta el mundial, para ir conquistando, paso a paso, derechos, garantías y políticas de defensa del interés público en el ámbito virtual.

Hoy han quedado atrás las ideas utópicas de los inicios de Internet, que daban por sentado que sería un espacio autogestionado de intercambio, donde florecería la democracia directa, así como medios de comunicación democráticos y participativos, oferta y recepción de servicios sin intermediarios, libre intercambio de información y conocimientos: en suma, un espacio de comunicación sin fronteras ni jerarquías, de relaciones horizontales en red, bajo control descentralizado. De hecho ello ha ocurrido en diverso grado; pero ha quedado como un asunto marginal en el contexto global de Internet, quizás porque no se percibió a tiempo que implicaba una lucha clave.

En efecto, en la última década y media, se ha producido una acelerada concentración de la infraestructura clave, de las plataformas más utilizadas y de los mecanismos de control y gobernanza en la Red de Redes. A ello ha contribuido el dominio que mantiene EEUU sobre gran parte de la infraestructura crítica y los aspectos más estratégicos de la gobernanza de Internet, con lo que impone un control unilateral sobre el que hoy es el más importante sistema de comunicación mundial. A ello se añade el “efecto red” (que significa que los usuarios tienden a optar por utilizar las mismas plataformas donde ya hay más personas), que ha permitido la conformación de empresas internacionales casi monopólicas que acaparan cada vez más -y controlan a su antojo- los espacios donde se convive e interactúa en Internet, en particular las redes digitales¹.

Es más, ahora, Washington, en su búsqueda por extender aún más su dominio mundial y favorecer a sus empresas, ha incluido las tecnologías y plataformas digitales en las negociaciones de los nuevos tratados de libre comercio, como el Tratado Transpacífico -TPP- y el Transatlántico -TTIP-. Por ejemplo hay cláusulas del TPP que obligan a los países signatarios a permitir la transferencia transfronteriza no regulada de datos de usuarios; y que prohíben que los gobiernos exijan que las empresas almacenen estos datos en servidores locales. Ello podría vulnerar cualquier legislación nacional de protección de la privacidad frente a la vigilancia o los abusos del marke-

Sally Burch es periodista británica-ecuatoriana.

¹ Ver Sally Burch, 2014, “Entrevista con Robert McChesney: ¿Cómo desmonopolizar Internet?”, *América Latina en Movimiento*, Internet, poder y democracia, No. 494.

ting². Otra cláusula permitiría a cualquier empresa demandar a un proveedor de servicios Internet en un país signatario, que dé de baja de sus servidores un sitio Web con contenidos que considera afectan sus derechos de propiedad³. No está claro si eso pasaría por una decisión judicial, como debería ser.

Luchas en torno a las políticas públicas

Si antes, muchas personas venían argumentando que no se necesita de la intervención estatal para reglamentar y gobernar los espacios digitales, hoy queda cada vez más en evidencia que no se los puede dejar librados solo a la “autogestión” o a las leyes del mercado; sin reglamentación, se impone la ley del más fuerte. Por lo general hay acuerdo que se necesitan políticas públicas y mecanismos de gobernanza: la disputa es en torno a qué tipo de políticas públicas -si son para defender los intereses ciudadanos o particulares-, y quienes las definen.

En un ámbito tan amplio y complejo, hay muchas disyuntivas por resolver. Para mencionar algunas: ¿Qué equilibrio establecer entre la seguridad del Estado y de la ciudadanía (por ejemplo, frente a supuestas amenazas terroristas) y las garantías de privacidad de las comunicaciones y de las personas? ¿A quién pertenece los datos de los usuarios de Internet, que se recopilan en ingentes cantidades y que se vuelven una gran fuente de lucro y poder? ¿Qué priorizar entre el derecho de acceso a la información y los conocimientos, y los llamados derechos de propiedad intelectual? ¿Es justo permitir que los proveedores de servicios de Internet discriminen los contenidos que se transmiten por sus canales, mediante cobros diferenciados, creando así una Internet de primera y de segunda clase? ¿Se debe permitir a los nuevos servicios en línea (intermediación de ventas, transporte, empleos...) que hagan competencia desleal, sin reglamentación, con servicios tradicionales que sí están sometidos a reglamentos?

2 <http://tcn.ch/10028lw>

3 <http://bit.ly/20DeLGh>

Entre los casos más emblemáticos de los últimos meses se destaca la lucha en India en torno a la neutralidad de la red (o sea, el principio que los proveedores de conectividad deben dar acceso a los contenidos sin privilegiar a un participante de la red por encima de otros); lucha que culminó exitosamente este año, cuando la autoridad regulatoria de telecomunicaciones adoptó una histórica decisión de prohibir las tarifas discriminatorias para los servicios de datos. La decisión respondió a una amplia movilización entre la población contra servicios de tipo “tasa cero”, como la iniciativa *Free Basics* de Facebook. Promocionada por la empresa como una oportunidad para poblaciones desconectadas de tener su primer acceso (limitado, pero sin costo) a Internet a través del celular, el fallo considera más bien que tales prácticas son particularmente perjudiciales para países en desarrollo como India, porque “van en contra de las características básicas de Internet y deben ser restringidas de entrada, debido a las consecuencias de largo alcance que seguramente tendrían en la estructura de la Internet y los derechos de los interesados. Una vez que se permitan tales prácticas, podría ya no ser posible cuantificar, medir o remediar las consecuencias a corto y mediano plazo”⁴.

Entretanto, varias ciudades han tenido enfrentamientos con empresas que ofrecen sitios para contratar transporte privado, como Uber, cuya interfaz acopla choferes con pasajeros y que cuenta con un sistema de precios que fluctúa según la demanda. Estos servicios están sacando de la calle a los taxis tradicionales, que tienen que cumplir con una serie de regulaciones y operar con precios fijos. Es más, Uber se considera intermediario y no empleador, por lo que los choferes no reciben ningún beneficio social. Cuando las ciudades buscan reglamentar el servicio, Uber utiliza su plataforma para movilizar a sus usuarios contra las autoridades, táctica con la que venció incluso a las pretensiones de la ciudad de Nueva York de reglamentar sus servicios. Sorprendentemente, la ciudad de Austin, Texas, ganó recientemente una pugna

4 Parminder Jeet Singh, *Trai's historic decision*, 13/02/2016 <http://bit.ly/22pyQL2>

con Uber y Lyft, cuando acudió a una consulta popular en torno a si se debe obligar a los choferes de estos servicios a someterse a controles de identidad, como garantía para la seguridad de los pasajeros. No obstante una campaña beligerante y costosa de estas empresas (en la que invirtieron más de 10 millones de dólares), la moción ganó el apoyo de la ciudadanía; y las empresas, en represalia, se retiraron de la ciudad.

En América Latina...

En nuestra región, hay situaciones muy dispares en la adopción de políticas públicas respecto a la nueva realidad digital de la comunicación y el conocimiento. El Marco Civil de Internet de Brasil fue uno de los avances más significativos, ya que garantiza la neutralidad de la red, obliga a las empresas proveedoras a asegurar la privacidad de las comunicaciones y, por lo general, defiende los derechos de los usuarios. Elaborada con amplia participación ciudadana, y aprobada hace dos años, esta ley solo entrará plenamente en vigencia ahora, desde que, en uno de sus últimos actos antes de ser suspendida de sus funciones por un golpe parlamentario el pasado 12 de mayo, la presidente Dilma Rousseff firmó el decreto de reglamento del Marco Civil. Pero el presidente encargado Michel Temer ha anunciado su intención de rever las últimas decisiones de Rousseff y la industria de telecomunicaciones ya tiene propuestas presentadas ante el Congreso contra el marco civil⁵.

Otra iniciativa innovadora es el Código Orgánico de Economía Social del Conocimiento e Innovación (COESC), en Ecuador, actualmente en consideración de la Asamblea Nacional, que fue elaborado asimismo con aportes de la ciudadanía. La propuesta base del COESC apunta a “la construcción de un sistema económico social y solidario; y, a la transición desde una matriz productiva excluyente y monopólica, basada en la extracción de recursos finitos, a una incluyente y democrática, basada en el uso intensivo de recursos infinitos - los conoci-

5 <http://www.alainet.org/pt/articulo/177616>

mientos, la creatividad y la innovación”⁶.

Iniciativas como éstas en el ámbito local o nacional son importantes porque, más allá de su implementación in situ, van configurando antecedentes que inspiran nuevas luchas e iniciativas en otros lugares. Pero no hay que perder de vista que hay límites a lo que se pueda legislar en el ámbito nacional, siendo que el ciberespacio no tiene fronteras.

Las empresas que dominan Internet -una docena de transnacionales estadounidenses- tienen tanto poder que ni en EEUU existe la voluntad política de aplicarles las leyes antimonopolio. Rusia y China tienen sus propias plataformas; China bloquea el ingreso de algunas corporaciones como Facebook y Twitter y Rusia ha aumentado las restricciones. La Unión Europea ha emprendido acciones legales contra Google y otras corporaciones estadounidenses por abusar de su poder de monopolio, o por competencia desleal (por ejemplo, de Skype o WhatsApp, con las empresas telefónicas). Pero la mayoría de países no tienen la capacidad de enfrentar esas gigantes. Mientras tanto, los organismos mundiales de gobernanza de Internet son dominados por esas mismas empresas y el gobierno estadounidense⁷.

En este contexto, se requiere crear nuevas instituciones democráticas, en lo nacional y lo internacional, con el mandato de generar soluciones a las nuevas realidades digitales y formular políticas públicas, desde un enfoque del interés público⁸. Pero es poco probable que ello se dé a menos que haya una fuerte presión social en ese sentido, que implicaría construir puentes entre las diversas luchas y movimientos que comparten la visión de una Internet ciudadana. ◀

6 <http://bit.ly/1mjp29X>

7 Ver: Michael Gurstein, 2014, “La gobernanza ‘posdemocrática’ de Internet”, *América Latina en Movimiento*, No. 494.

8 Uno de los espacios donde se propone debatir estas alternativas es el Foro Social Internet, “Por una Internet ciudadana”, planificada para inicios del año 2017. Ver <http://internetsocialforum.net/>

Software libre: Dinamismo, mestizaje y nuevo horizonte

François Soulard

Además de su pertenencia umbilical al amplio territorio digital mundial, el software libre se generó un sólido puerto de anclaje, casi una patria “adoptiva” en tierras latinoamericanas. Esta metáfora, lejos de ser una exageración chauvinista, es bastante realista para ilustrar la particular fecundidad que viene aumentando desde hace unos veinte años entre el movimiento del software libre y las transformaciones sociales en curso en el continente sudamericano.

Tal como sucede en otras regiones del mundo, el movimiento “librista” regional se asemeja a una vía láctea de iniciativas diseminadas y multisectoriales, poco sistematizadas y estudiadas, en la cual no hay ni confederación regional ni conducción centralizada ni verdadera organicidad de conjunto. Sus identidades, al igual que sus afinidades ideológicas y organizacionales, son muy diversas y a veces hasta antagónicas. Sin embargo, existe una cohesión que radica en una fuerte afinidad con los principios éticos del software libre y de su *modus operandi*. En efecto, éstos valorizan la acción directa en redes, acción que en las últimas dos décadas en América Latina se unió a la aspiración central de intensificar el vínculo social y hasta de resignificarlo según una lógica inclusiva e igualitaria. Desarrollar el software li-

bre, es decir la inteligencia colaborativa puesta al servicio del acceso universal y soberano a los recursos informáticos, significa implementar modalidades comunes para compartir, crear comunidades de activistas y usuarios y promiscuidades horizontales con múltiples esferas socioprofesionales. ¿Basta con eso para convertirlo en un verdadero movimiento continental? No necesariamente. Pero más allá de las categorías perceptibles, lo importante es darse cuenta de la fecundidad del proceso que sostiene a esa vía láctea regional y poder dibujar sus constelaciones más significativas.

La primera, sin duda alguna, es la vivacidad de la onda librista regional. Una de sus manifestaciones más evidentes es el festival latinoamericano de instalación de software libre¹ que acaba de celebrar, en abril de 2016, su décimo segunda edición en más de 200 ciudades del continente. Desde el año 2005 este festival descentralizado constituye nada menos que la más voluminosa movilización popular internacional dedicada a la informática libre. Se inscribe a la par de otros eventos regionales más especializados (como la Conferencia internacional del software libre, las Jornadas regionales del software libre u otros encuentros subregionales). Todos ellos son inseparables de la profusión de grupos de usuarios y de experiencias libristas arraigadas a nivel territorial y nacional. Otra marca de ese dinamismo se expresa en el plano económico. Según *International Data Corporation*, el crecimiento del sistema GNU/Linux en la industria digital regional en 2004 duplicaba la tendencia mun-

François Soulard es comunicador social y migrante franco-argentino, miembro de la Red de Comunicadores del Mercosur y del Foro Mundial de Medios Libres. Participa actualmente en la construcción del Foro Democrático Mundial (fdm.world-governance.org).

1 FLISOL <http://flisol.info>

dial del 32 % de crecimiento anual². Si ya no hace falta demostrar globalmente el éxito de las distribuciones abiertas en la infraestructura de los servidores, esta tendencia muestra la ventaja que poseen localmente los sistemas libres para responder a un contexto de desarrollo digital todavía muy desigual, ya que la industria digital privilegia sistemas adaptativos y de costos más bajos. Señalemos por otra parte que Cuba, Venezuela y Uruguay se llevan los laureles a nivel mundial como parque de computadoras personales más linuxizado³.

Una segunda constelación se vincula con la fuerza de las historias y el mestizaje de las identidades libristas con diferentes procesos sociopolíticos. Curiosamente, se trata de un ángulo poco desarrollado en el pensamiento sobre el movimiento mismo, cuando su lugar es central en la realidad. Aun cuando existe un umbral identitario autorreferencial dentro de la cultura librista, ésta tiende a seguir las líneas móviles de una identidad asociativa, en otras palabras muestra una aptitud para el sincretismo en relación a otras problemáticas y temas políticos. Muchos grupos de *hackers* y activistas del software libre han formado parte de los momentos fundacionales del Foro Social Mundial a partir de 2001 en Brasil, del que nacerá más tarde el Foro mundial de los medios libres a partir de 2009. Varias redes se han asociado a luchas territoriales y de identidades sociales, desde los movimientos feministas, las resistencias ciudadanas y post-extractivistas, los medios de comunicación y comunicadores populares o alternativos, algunos partidos políticos y movimientos sociales, el sector mutualista y las PyMEs, las redes universitarias y más recientemente los nuevos movimientos urbanos. Dando lugar a veces a asociaciones puntuales o sectoriales, manteniéndose apartadas del verticalismo del escenario político tradicional, estas

2 En 2003, el 30 % de los sistemas de explotación en los servidores de empresa y el 60 % de los sitios web en el mundo están basados en software libres. <http://www.somoslibres.org/modules.php?name=News&file=article&sid=338>

3 StatCounter, 2011 http://www.bbc.com/mundo/noticias/2011/05/110510_1541_linux_latino-america_cuba_venezuela_uruguay_dc.shtml

hibridaciones no dudaron en facilitar el pasaje de un activismo tecnopolítico a la institucionalización de políticas públicas a nivel nacional o provincial y, en menor medida, a nivel regional, cuyas políticas de comunicación están por ahora en estado de prototipo.

De México a la Argentina, el propósito del software libre y el de la soberanía tecnológica transitaron así de modo circular desde las bases sociales hasta el más alto nivel gubernamental, más claramente aún en el caso de los proyectos políticos populares y progresistas. Es evidente que hará falta más todavía para generalizar de manera sostenible un paradigma de soberanía tecnológica. Pero las conquistas sociales en materia de derechos digitales, el efecto transformador de un modo de construcción radicalmente participativo y la ruptura del aislamiento del discurso tecnológico son avances fundamentales que seguirán actuando firmemente en los imaginarios colectivos.

Tercera constelación, por último, cuyos contornos todavía quedan por inventar ampliamente: la de la hoja de ruta del movimiento librista. Si es demasiado ambicioso sentar una estrategia colectiva en virtud de la gran diseminación del movimiento librista, es necesario en cambio reinvestir su imaginario transformador y sus marcos de comprensión. Hemos entrado decididamente en una nueva etapa tecnopolítica, con el surgimiento de los gigantes de la industria digital, su captura de una gran parte de la modalidad librista en sus estrategias de acumulación y la entrada de la microelectrónica en las grandes relaciones geoestratégicas. Las cuestiones de infraestructura soberana de las redes, su re-territorialización, las luchas por una comunicación democrática, los derechos digitales, el control ciudadano del código y de los algoritmos ya forman hoy en día una batalla más unificada. La afirmación libertaria ha democratizado notablemente la primera etapa de despliegue de la microinformática. Con la instalación actual de un régimen “realista” en el espacio electrónico, es hora de sentar las bases de un nuevo pacto regulador y de profundizar las alianzas estratégicas con el resto de la sociedad. ◀

Tecnopolítica y nuevo tiempo social

Francisco Sierra Caballero

Del paro agrario en Colombia al movimiento Passe Livre en Brasil, del periodismo digital y la lucha mapuche por la tierra a las radios comunitarias en red de Bolivia, pasando por Yo soy 132 de México o la revolución de los pingüinos de Chile, la tecnopolítica inaugura en la región, en la última década, un tiempo nuevo que requiere formular con cierta urgencia una agenda de trabajo en común entre movimientos sociales y academia para conectar y definir un proyecto de construcción colectiva que trascienda los marcos y normas establecidos por la Comunicación como Dominio. Esta voluntad transformadora de articulación de un programa de trabajo o plataforma en común no puede, como es lógico, partir de cero. Cabe recordar el proceso de innovación social vivido en América Latina a lo largo de las décadas sesenta y setenta. Aún hoy, entre culturas y tradiciones diversas que conforman el amplio sector comunitario de la comunicación, numerosos agentes y actores colectivos continúan sosteniendo la idea revolucionaria de la comunicación participativa reivindicando la praxis con ellos a partir de la economía moral de la multitud y la experiencia rica y diversa de las culturas populares.

Desde los frentes culturales y las luchas por la democracia informativa liderada por la Comunicación Comunitaria como campo de

producción autónoma de articulación de voces, como abertura contrahegemónica para el cambio social, de la resistencia a la crítica antagonista, el trabajo de organizaciones pioneras como ALER, ALAI o SIGNIS, entre otras muchas, ha venido contribuyendo al desarrollo de procesos de producción y apropiación tecnológica basado en la organización, la unidad y el empoderamiento grupal y colectivo que hoy deben ser tomados en consideración para una plataforma y agenda común en América Latina.

Ahora bien, en la era de la denominada por Castells Autocomunicación de Masas, parece lógico revisar críticamente, hasta sus últimas consecuencias, las nuevas experiencias de tecnopolítica que se observan en la región, en un ejercicio de reflexividad dialéctica, recursiva y generativa del campo, para recomponer las posiciones de observación, definir cambios de objeto y proyectar nuevos usos y estrategias de redes frente a la ciberguerra y la constante intervención que observamos en iniciativas de la USAID aplicadas en países como Cuba o Brasil. En ello nos jugamos el futuro, y en nuestros países periféricos la posibilidad misma de desarrollo autónomo.

Convendría subrayar sobremanera este hecho, porque nos tememos que el llamado tercer sector no es del todo consciente de esta situación contradictoria. No siempre fue así en la tradición latinoamericana. Desde “Para leer al Pato Donald”, el pensamiento crítico en comunicación ha procurado *deconstruir* en todo momento el proceso neocolonialista de las industrias culturales y de la teoría funcionalista o etnocéntrica occidental, hibridando,

Francisco Sierra Caballero es catedrático de Teoría de la Comunicación. Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (SEJ-456. Plan Andaluz de Investigación). www.francisco-sierracaballero.com

releyendo, reescribiendo de nuevo la historia y el pensamiento desde su topología y mundos de vida concretos.

Sabemos que las tecnologías de información y comunicación (TICs) son dispositivos de expresión de la acción colectiva que surgen como resultado de la innovación, al tiempo que articulan para los movimientos sociales, desde el punto de vista de la mediación social, nuevas condiciones de disputa de la hegemonía en la lucha por el código. De ahí la pertinencia de un abordaje sociocultural de las mediaciones, aperturas y modelos de hibridación del espacio público que tienen lugar en las contradicciones dinámicas de articulación de la cibercultura contemporánea.

De acuerdo con la Carta sobre Derechos en Internet de la Asociación para el Progreso de las Comunicaciones (APC), “El acceso a internet se ha incrementado a pesar de la constante exclusión de comunidades marginales y de miles de personas en países en vías de desarrollo. Al mismo tiempo, se la ve cada vez más sujeta a la comercialización, al poder y al control corporativos. Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), incluido la internet, son parte del proceso de globalización - un proceso que se lleva a cabo en términos desiguales y que suele exacerbar las desigualdades sociales y económicas entre países y dentro de los mismos. A la vez, la internet y las tecnologías relacionadas pueden convertirse en herramientas para la resistencia, la movilización social y el desarrollo cuando están en las manos de individuos y organizaciones que trabajan por la libertad y la justicia.” (APC, 2002).

Nuevos desafíos

En este nuevo marco de intervención, no podemos obviar que emerge un nuevo sujeto o actor-red. “En particular, la transformación de la subjetividad de los procesos identitarios por el desplazamiento de los referentes culturales, corporales, espacio-temporales, geográficos y políticos, en un ágora electró-

nica, de despersonalización para algunos, de exacerbación del yo, o de una subjetividad compartida para otros, es un asunto que requiere de nuestra atención. El cruce de normativas que opera en la red está configurando un nuevo espacio para la construcción del otro y en consecuencia para pensar la ciudadanía” (Rueda, 2006: 29).

La transformación de los vínculos sociales en el ciberespacio anticipa, en fin, nuevas formas de ciudadanía. Por ello, los movimientos sociales, el voluntariado y las ONGs deben asumir la centralidad de la tecnopolítica y definir estrategias en común en las redes electrónicas y telecentros, en la medida que toda máquina “es una concatenación no sólo de tecnología y saber, sino también de órganos sociales, llegando al extremo de ejercer una coordinación de los trabajadores y las trabajadoras individuales” (Raunig, 2008: 28). La visión matricial en red implica, en esta línea, mayor flexibilidad, interconexión, horizontalidad y cercanía. Más comunicación y menos información, de acuerdo al paradigma o enfoque de la mediación.

La cuestión, pues, es ver si las redes digitales nos permiten articular espacios socialmente abiertos, innovadores y autónomos, si contribuyen a establecer reglas y procedimientos, contrapoderes y espacios de interlocución y empoderamiento o, por el contrario, replican lógicas de dominio tradicionales tal y como se ha observado recientemente en Bolivia. Por ello, quizás hemos de volver a transitar el desplazamiento de lo tecnoinstrumental a lo sociopolítico, aprendiendo de nuevo a politizar críticamente la generación social de la comunicación y la cultura en una época de creciente disgregación y mercantilización del universo simbólico por las lógicas de *mercificación* de la innovación tecnológica y social.

De no hacer, como viene planteando Mattelart, una crítica al cibercontrol, los procesos de cambio que vive América Latina corren el peligro de ser presas de la jaula digital y las estrategias de dominio de lo que antaño se

denominara cultura tecnotrónica. Confiamos en la inteligencia creativa y emancipadora del tejido social. Es hora de situar en el centro estas cuestiones para una agenda común. El cómo y desde dónde es una cuestión a definir en territorio y desde lo concreto. Urbi et Orbi. ◀

Referencias

APC (2002). *Carta de APC sobre derechos en Internet: Internet por el desarrollo y la justicia social*. <http://www.alainet.org/es/active/11844> (anexo II)

Lago, Silvia (Comp.) (2012). *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital*. Buenos Aires: Hekht Libros.

Raunig, Gerald (2008). *Mil máquinas. Breve filosofía de la máquina como movimiento social*. Madrid: Traficantes de Sueños.

Rueda, Rocío (2006): "Apropiación social de las tecnologías de la información: ciberciudadanías emergentes" en *Tecnología Educativa*, ILCE, número 4, México.

Sierra, Francisco y David Montero (Eds.) (2015). *Videoactivismo y movimientos sociales*. Barcelona: Gedisa.

Foro Latinoamericano y Caribeño de Comunicación Popular y Comunitaria

II Congreso Internacional sobre Comunicología del Sur

28, 29 y 30 de junio, 2016

CIESPAL
Quito - Ecuador



Foro Comunicación
para la Integración



(Re)pensar la publicidad

ALAI

La publicidad está omnipresente en nuestras sociedades; con su gran influencia cultural, incidencia política y peso económico, hay quienes consideran incluso que es el instrumento más poderoso de comunicación de nuestros tiempos. Pero, curiosamente, es la gran ausente de las ciencias de la comunicación y en general de las ciencias sociales; y es un aspecto poco considerado en las causas y campañas de carácter social en nuestra región. ¿A qué se debe esta “invisibilidad” de algo tan visible? Sobre estos temas, ALAI conversó con **Antonio Caro**, profesor jubilado de la Universidad Complutense de Madrid, investigador sobre publicidad (su último libro se titula *Comprender la publicidad*) y actualmente colaborador de CIESPAL (Quito), donde en marzo pasado organizó el Primer Congreso Iberoamericano de Investigadores en Publicidad “Pensar y practicar la publicidad desde el Sur”.

Antonio Caro considera que el poder de la publicidad se debe a que es, en buena medida, la institución “que está conduciendo de forma subterránea la socialización, es decir, la cohesión social”; o sea, la publicidad, al condicionar a la sociedad hacia el consumismo que se convierte en hiperconsumismo, es hoy lo que está cohesionando a las personas en una dirección, si bien “de una manera no pensada y no querida”. Así ha asumido una función comparable a la que en otros tiempos ejercieron otras instituciones como la religión y más recientemente la política.

Ahora bien, si la publicidad se ha convertido en un instrumento de comunicación tan poderoso, tiene que ver también, según nuestro interlocutor, precisamente con la poca importancia que se le da, debido a que “la recepción

publicitaria generalmente no es consciente”. Si bien es cierto que hay una creciente resistencia a la recepción de la publicidad, el hecho que se introduce en todas partes y en forma casi subliminal (pensemos en las camisetas de los equipos de fútbol), hace que su fuerza sea mucho mayor de la que se le concede. Caro lamenta que, justamente por eso, “es la gran desconocida de las ciencias sociales y del comportamiento humano en general”.

Al mismo tiempo, el investigador reconoce que en sí misma, la publicidad es un instrumento de comunicación que no tiene por qué siempre estar promoviendo consumo y que es posible utilizar ciertas técnicas publicitarias a favor, por ejemplo, de causas sociales. Pero no se trata simplemente de aplicar técnicas, sino que requiere hacer investigación. No obstante, hasta ahora, tanto en América Latina como en otras partes del mundo, “la docencia de la universidad está centrada en enseñar el instrumento publicitario a los estudiantes para ejercerlo como publicistas, y nada más. Casi en ningún sitio se plantea la publicidad como un fenómeno complejo, con una serie de repercusiones muy importantes en la vida de todos nosotros, que hay que investigar y pensar”.

Es este tipo de investigación que Caro propone impulsar desde una perspectiva latinoamericana; pero es algo relativamente nuevo en la región. Por ello, en el Congreso realizado en Quito, se acordó conformar una red iberoamericana de investigadores en publicidad, con vínculo a redes nacionales en ocho países. Se espera que contribuya a generar “una visión de la publicidad desde el Sur, frente a la visión del Norte que es anglosajona, que es puramente instrumental”, afirma Caro.

¿Un instrumento de transformación social?

Para nuestro entrevistado, el potencial de la publicidad como instrumento de transformación social es un tema muy controvertido, si bien de actualidad. Señala como un giro reciente que “hay investigadores y publicistas que dicen que el paradigma publicitario está agotado, es decir las fórmulas publicitarias para promover el consumo ya han dado de sí todo lo que podían dar”. Ello se expresa en el hecho que se ven cada vez más marcas que tratan de legitimarse ante la sociedad -para tratar, en forma muy interesada, de limpiar su imagen “prostituida”, como últimamente su vinculación a los paraísos fiscales- al asociarse con causas sociales, desde una óptica de la beneficencia clásica. Un caso similar es el llamado “marketing social”, cuando una causa social se pone al servicio de una empresa, que sirve para dar más impacto a la comunicación de la empresa al asociarse a una causa social. “Esto, que se hace desde hace mucho tiempo, en mi opinión es una utilización espuria, porque es cosificar una causa social, ponerla al servicio de una rentabilidad económica de una empresa”, critica Caro.

Pero ello no significa que una causa social no pueda explorar las posibilidades que tiene la publicidad en su beneficio: por ejemplo, en una comunidad, utilizar instrumentos publicitarios para promover una comunicación solidaria, promover acontecimientos locales, etc.

“Pienso que esta publicidad -no sé incluso si el término publicidad vale en este caso- tiene que ser un tipo de comunicación cualitativamente distinta a la que hacen las grandes corporaciones. Muchas ONGs han utilizado las mismas técnicas publicitarias para “seducir” al consumidor y hacerlo socio, etc. Esto no deja de ser manipulación; al final se consigue que alguien se haga miembro para mejorar su imagen social o personal. No es exactamente favorecer una causa social sino utilizarla en beneficio de la propia persona que la utiliza”, opina. Y añade: “Creo que habría que hacer

una larga investigación respecto a qué tipo de publicidad o comunicación podría ser la adecuada para favorecer estas causas sociales. Por ejemplo en el caso de Ecuador, donde la economía popular y solidaria es un campo que el gobierno protege y que está bastante desarrollado, allí la comunicación publicitaria, o procedente de la publicidad, podría intervenir”.

A su vez, Caro señala peligros a evitar: entre ellos, el que las causas sociales recurran a las mismas técnicas que generalmente utiliza la publicidad comercial, como el filantropismo. “Está muy claro que, hoy en día, cualquier actor o estrella del espectáculo se ve obligado o sus agentes le dicen que debe colaborar con causas sociales. Por esa razón se montan shows en los cuales intervienen todas las *celebrities* de las ‘revistas corazón’ [o de la farándula] y allí se exhiben a favor de una campaña contra el cáncer, o lo que sea; pero en definitiva están legitimando su imagen. Ese tipo de utilización a mí me parece absolutamente condenable porque se hace en beneficio de la persona y no de la causa. Se está poniendo la causa social al servicio de algo espurio y no tiene nada que ver con lo que se persigue realmente”.

Un factor que está obligando a reinventar la publicidad son los nuevos medios interactivos. En Internet, la interactividad hace que el anunciante y (por consiguiente) el publicista “están perdiendo el monopolio de la palabra”. La publicidad clásica en televisión o en la prensa no se puede discutir; pero cuando una empresa afirma o publicita algo en Internet, el destinatario, como interlocutor, tiene derecho a rebatirlo. Y de hecho ello se ha dado, cuando empresas hacen afirmaciones que luego han sido rebatidas por los internautas, dando lugar incluso a modificaciones de comportamiento de las empresas. Esta interactividad de Internet es justamente uno de los factores que Caro considera se podría aprovechar mejor para campañas de tipo social, ya que implica dialogar y no imponer opiniones.

Una publicidad alejada del consumismo

Antonio Caro espera que hacia delante surjan propuestas con respecto a cómo las organizaciones solidarias y sociales pueden beneficiarse de un tipo de comunicación “que esté lo más posible alejada del consumismo”. Pero es un aspecto que requiere aún de mucha investigación. “Sé que las ONGs en España tienen un código de comunicación mediante el cual tratan de evitar en su comunicación publicitaria escenas que promueven la emotividad, pero que no generan acción: por ejemplo, la exhibición de un niño africano desnutrido, cuando se queda en la pura exhibición sin generar reacción por parte del receptor en función de hacer algo con respecto a ese tema”.

Otro enfoque son las iniciativas para de alguna manera subvertir la publicidad comercial, o la llamada “contra-publicidad”. Es un tema polémico, porque a veces sirve más bien de descarga emocional para los propios publicistas. El investigador señala que, curiosamente, en la mayoría de los festivales publicitarios, “las campañas más premiadas son hechas a favor

de una causa social pero son truchas, es decir, algo falso que no responde a un encargo real de una asociación o colectivo, sino que el grupo de publicistas lo hace para curar su consciencia frente a anunciar cada día colas, hamburguesas o lo que sea”. No obstante, hay experiencias como el colectivo español “Consumir hasta Morir” que demuestran que la contra-publicidad tiene una eficacia grande cuando se hacen talleres, por ejemplo en colegios, porque enseñan a los jóvenes a enfrentarse a la publicidad: “están generando una consciencia crítica frente a la publicidad, y eso sí que es muy positivo”. De hecho, Caro considera que el tema de cómo leer los medios de difusión y la publicidad deberían hacer parte del currículo escolar. “Está demostrado que la publicidad es una parte tan importante de la vida cotidiana que hace falta tener conocimientos respecto a ella para poder reaccionar”. No obstante, aunque no exista esa enseñanza regulada, está demostrado por diferentes investigaciones que los niños, a partir de los 7 años, generan espontáneamente actitudes críticas frente a la publicidad. “Esa enorme inversión en publicidad genera en sí misma resistencia crítica frente a ese aluvión publicitario”. ↩





AMERICA LATINA *en movimiento*

revista mensual

ACTUALIDAD Y PENSAMIENTO LATINOAMERICANO

- Realidad Regional
- Procesos Sociales
- Problemáticas Contemporáneas

Un esfuerzo conjunto de analistas y pensadores destacados, organizaciones sociales y ciudadanas, escritores y comunicadores comprometidos con las causas sociales.

Fuente de información imprescindible para líderes de opinión, dirigentes sociales, activistas políticos, centros de estudios y formación, periodistas y medios de comunicación, organismos de desarrollo...

¡SUSCRIBETE!

Tu aporte garantiza la continuidad y calidad de nuestra labor informativa
info@alainet.org • www.alainet.org/revista phtml