


Revista Latinoamericana de Comunicación 

# Chasqui

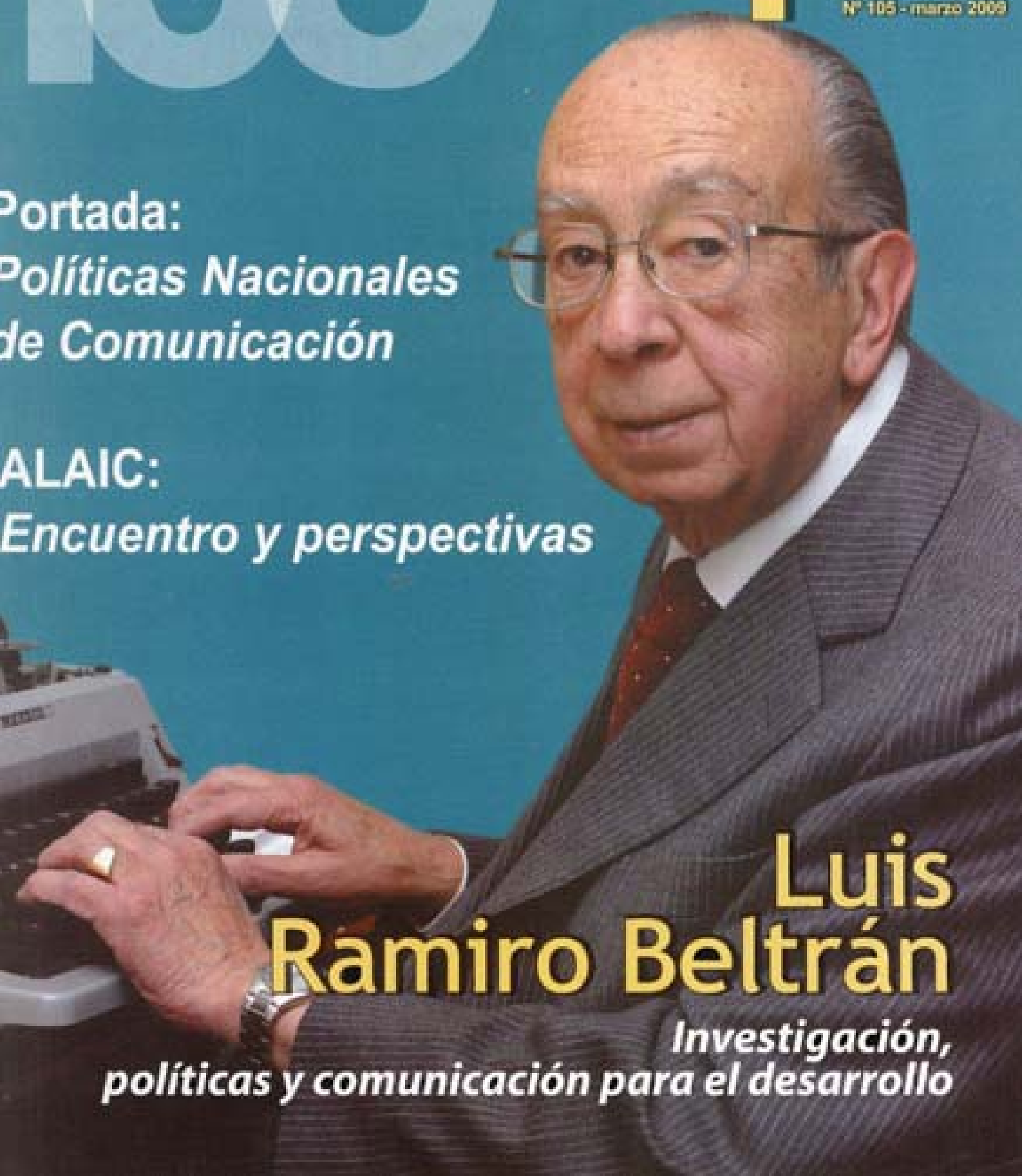
Nº 105 - marzo 2008

Portada:

*Políticas Nacionales  
de Comunicación*

ALAIC:

*Encuentro y perspectivas*



**Luis  
Ramiro Beltrán**

*Investigación,  
políticas y comunicación para el desarrollo*

## Carta a nuestros lectores

La Revista Chasqui se enlaza a las actividades por el 50 aniversario del CIESPAL con esta edición que rinde un justo homenaje a Luis Ramiro Beltrán, el primer galardonado en el mundo con el premio *Marshall McLuhan*, fundador de la Escuela Latinoamericana de Comunicación y de la denominada corriente de la Comunicación para el Desarrollo.

El acercamiento a la vida y obra del profesor Luis Ramiro Beltrán es realizado por nuestro equipo de redacción y los investigadores Erick Torrico y Alfonso Gumucio Dragón; el primero desde una perspectiva académica y el segundo desde una consideración más entrañable y emotiva.

Hablar de Luis Ramiro Beltrán es traer a la memoria los hechos más controversiales de la historia comunicacional de América Latina, con la reunión de la UNESCO en la década del 70 para definir las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Este hecho lo recuerda muy bien el autor en la entrevista que le realiza Juçara Brittes, en la sección **Portada**, quien además reflexiona sobre el futuro de la comunicación en la región. A este texto lo complementan los informes de Andrés Cañizales, de Venezuela, y de Max Tello, de Perú, quienes muestran la situación actual de las PNC en sus países.

En la sección de **Coyuntura**, Ana Lorena Malluk, desde Colombia, expone el uso de los medios tradicionales en proyectos de desarrollo comunitario al norte del caribe colombiano. Octavio Islas nos entrega un texto conclusivo de lo que fue, en el mes de octubre de 2008, en la ciudad de México, la reunión de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), a la vez que el ecuatoriano César Ulloa presenta una conversación con Omar Rincón, dentro de lo que fue el Seminario Internacional de Televisión Digital realizado en el



CIESPAL. Y en el ámbito de lo digital, desde Argentina y Colombia, Natalia Raimondo y Andrés Barrios Rubio nos entregan, respectivamente, ensayos referentes a un estudio sobre la participación de los lectores en los cybermedios y acerca de lo que fue el trabajo de creación y funcionamiento de una radio virtual universitaria.

En la sección de Aula, nuestros colaboradores asumen temas como las conexiones que deben establecerse para una buena comunicación organizacional, el uso y abuso del lenguaje en el periodismo, la función de formar corresponsales internacionales para coberturas y la vigencia de la radionovela en Ecuador y América Latina.

En octubre de 2009 nuestra institución conmemora sus 50 años de labores, por lo cual anticipamos que la edición de septiembre tendrá como personaje y tema de portada al CIESPAL. Todas las actividades de nuestro programa puede ser consultado en el sitio [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net).

No olvide, además, visitar nuestro blog: <http://chasquirevista.wordpress.com>, en donde encontrará las entrevistas de quienes forman parte de la sección **Personaje** en cada edición.

El editor

**Director**

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

**Dirección Técnica**

María del Carmen Cevallos

**Publicaciones**

Raúl Salvador R.

**Editor**

Pablo Escandón M.  
 pescandon@ciespal.net

**Portada, diseño  
y diagramación**

Mayra Cajilema C.

**Suscripciones**

Isaías Sánchez  
 isanchez@ciespal.net

**Chasqui es una publicación del  
CIESPAL**

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

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

**Impresión**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

Presidente  
 Edgar Samaniego  
 Universidad Central del Ecuador

Fander Falconi  
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e  
 Integración

Raúl Vallejo C.  
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.  
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar  
 Organización de Estados Americanos

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

José Camino C.  
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.  
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García  
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar  
 Director General del CIESPAL

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

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

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

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

12000

Revista Latinoamericana de Comunicación  
**Chasqui**  
 N° 105 marzo 2009

	Pág.
<b>Personaje</b>	
El guionista del desarrollo .....	4 ✓
La comunicación antes de Colón: Arqueología comunicativa .....	6 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Por una "Comunicología de liberación" <i>Eric R. Torrico Villanueva</i> .....	8 ✓
Luis Ramiro Beltrán: Semblanza de un comunicador vanguardista <i>Alfonso Gumucio-Dragon</i> .....	14 ✓

**Portada**

Entrevista: Debemos denunciar la estructura deshumanizante y anunciar la estructura humanizante <i>Juçara Brittes</i> .....	20 ✓
Perú: Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI <i>Max Tello</i> .....	32 ✓
Venezuela: Necesarias políticas de comunicación <i>Andrés Cañizalez</i> .....	40 ✓
América Latina: ¡La utopía está más viva que nunca! <i>Carlos A. Camacho Azurduy PhD(c)</i> .....	46 ✓

**Coyuntura**

Omar Rincón: Sin tapujos <i>César Ulloa Tapia</i> .....	52
---	----

	Pág.
ALAIC: La apuesta por la transición a la institucionalidad <i>Octavio Islas</i> .....	56
Cibermedios: Opinión de los lectores <i>Natalia Raimondo Anselmino</i> .....	62
De la onda a la Web: Alternativas de participación para los comunicadores <i>Andrés Barrios Rubio</i> .....	68
Proyecto comunitario Comunicándonos hacia el desarrollo <i>Ana Lorena Malluk Marengo</i> .....	74 ✓

**Aula**

Comunicación organizacional: InMINENTES conexiones para la transición <i>Renato Dias Baptista</i> .....	78 ✓
Apoyo educativo : Ambientes Comunicativos de Aprendizaje <i>Julián Darío Forero Sandoval</i> .....	82 ✓
Diccionarios y manuales: Los auxiliares del escribiente <i>Elking Raymond Araujo</i> .....	86
Radionovelas: La aventura imaginaria <i>Armando Grijalva</i> .....	90 ✓

**Publicaciones**

94

**Actividades del CIESPAL**

100



Cortesía: Luis Ramiro

Perfil:

# El guionista del desarrollo

La presencia mundial de este boliviano que nació en 1930 en Oruro, tiene relación directa con el cine, los medios de difusión, la tecnología y la práctica comunicativa que aportan para el crecimiento y desarrollo de los pueblos latinoamericanos.

La influencia de sus padres periodistas lo llevó a escoger esta profesión desde muy joven, pues apenas a sus 12 años empezó a trabajar en las

redacciones de los diarios *La Patria*, de su ciudad natal, y luego en *La Razón*, de la capital boliviana. Ya graduado de bachiller inició su formación académica en Puerto Rico, donde estudió técnicas de comunicación en cine y televisión.

Desde su primera clase, Luis Ramiro Beltrán vio en la utilización mediática la mejor forma de desarrollar a la naciones, pues se dio cuenta de que estas

*Hijo de periodistas, desde muy pequeño se vinculó a los medios impresos, luego a los audiovisuales y posteriormente desarrolló una propuesta de democratización mediática.*

herramientas tecnológicas serían las difusoras de la cultura, las artes y, por qué no, del pensamiento.

Muy pocos conocen la faceta cinematográfica de este investigador de la Comunicación para el Desarrollo y de las Políticas Públicas de Comunicación, pues en 1955, junto con el director Jorge Ruiz, desarrolló el guión del documental antropológico *Vuelve Sebastiana*, sobre la cultura de los indios chipayas, en vías de extinción. Este trabajo cinematográfico obtuvo cinco premios internacionales y es considerada como una de las referencias de partida del "nuevo cine latinoamericano".

Un guionista es un planificador, un organizador y, principalmente, un investigador, pues para contar la historia debe remitirse a la realidad, externa o propia, organizarla y exponerla, de manera tal, que sirva para un fin: conmocionar al espectador.

Este criterio básico de la escritura de guiones es el que Luis Ramiro Beltrán ha cultivado durante toda su vida. Este hombre cuestionador de la realidad latinoamericana y mundial analiza el mundo, lo descompone y lo vuelve a construir mediante la comunicación. Por ello, él es el guionista y director de la práctica comunicacional de los medios y de su utilización para construir una sociedad con menos fisuras.

Fue él quien llevó la comunicación fuera de los medios y la usó para el desarrollo y el progreso de áreas tan ajenas a la investigación comunicacional, en ese entonces, como la agricultura y la ganadería. Trasladar los medios de comunicación al campo, para que los usen y se beneficien de ellos los campesinos e indígenas que labran la tierra y cuidan de los animales, fue un suceso que fue bautizado como Comunicación para el Desarrollo.

Este guionista escribió las historias para que en los medios tecnológicos se difundieran los mensajes que ese sector de la población requería. De esta manera, llevó los medios al campo.

El contacto directo con los campesinos duró una década, desde 1954 hasta 1964, cuando recorre América Latina y luego se marcha a los Estados Unidos a continuar con su formación académica, en donde concreta su pensamiento y lo vincula con el desarrollo tecnológico, pues ve en él una oportunidad más para el desarrollo de la región.

Una vez que obtiene su doctorado en Comunicación y Sociología, en la *Universidad de Michigan*, completa su teoría de la Comunicación para el Desarrollo, gracias a la amistad y trabajo que realiza con Daniel Lerner, sociólogo del *Massachusetts Institute of Technology* -MIT-, quien en 1958, propuso un modelo de modernización de las naciones basado en el empleo de factores de comunicación; con Wilbur Schramm, periodista y comunicólogo de la Universidad de Stanford, autor del primer tratado sobre la especialidad, en 1964; y con el sociólogo Everett Rogers, de la Universidad de Michigan, y uno de los fundadores del 'difusionismo', la teoría de la difusión de innovaciones. Este académico dirigió la tesis de Luis Ramiro Beltrán, titulada *Comunicación y Modernización*, con la cual propone la democratización de la comunicación como una herramienta para el desarrollo mediante las Políticas Nacionales de Comunicación.


Por este "guión", Luis Ramiro Beltrán es contratado en 1973 por la UNESCO para asesorar y preparar una Reunión de Expertos en Políticas de Comunicación en América Latina, que se realizó en Bogotá, en 1974, y para escribir un ensayo teórico sobre la naturaleza de esas políticas que, hasta entonces, no habían sido objeto de una definición clara. Este texto lo utilizó la misma UNESCO como documento de trabajo básico en las deliberaciones de los expertos que acudieron a dicha reunión. Es en esa ocasión cuando se enuncian y definen las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC).

El guión de este encuentro se lo puede encontrar, con palabras del propio Luis Ramiro Beltrán en la entrevista que le hizo Juçara Brittes, en nuestra sección Portada.

El guionista no deja de escribir y presentar el diagnóstico de la comunicación rural y urbana de América Latina, por ello es considerado como uno más de los contados padres de la Escuela Latinoamericana de Comunicación.

Entre sus demás guiones de vida podemos mencionar la fundación de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) y de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS).

El guión de su vida académica y profesional obtuvo el mejor premio que pudo esperar: en 1983 recibió el galardón que por primera vez otorgaba la *Fundación McLuhan-Teleglobe* del Canadá.

Este guionista no deja de producir y no abandona su ciudad, así como no dejará hasta su último día de vida de proclamar que el desarrollo de los pueblos radica en la democratización de la comunicación, no en el desarrollo de la tecnología, sino en su adecuado y planificado uso. Ese es el guión que Luis Ramiro Beltrán espera terminar de escribir para que nuestra región abandone la pobreza y la injusticia, por ello, su guión crítico aún tiene actualidad desde aquel encuentro en Bogotá y mucho antes, desde que descubrió que la utilización mediática no era un problema sino una oportunidad para el desarrollo y el progreso. 

### Bibliografía de Luis Ramiro Beltrán

- *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina.*
- *El gran comunicador, Simón Bolívar.* Plural Editores.
- *Información y desarrollo: diálogo entre proveedores y usuarios.* Informe de la Reunión sobre Información para el Desarrollo en Latinoamérica y El Caribe. Cali, Colombia, octubre 23-28, 1977. Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo.
- *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica: inicio, trascendencia y proyección.* Plural Editores.

**PS.:** Esta reseña bibliográfica es insuficiente, pues al confrontar el completo informe acerca de la total producción intelectual de Luis Ramiro Beltrán, realizado por su esposa Nohora Olaya (Paz, 2009), nos quedamos perplejos al constatar que su primer escrito data de 1957 y desde esa fecha su pluma no ha dejado de plasmar sus ideas y propuestas.

### Referencias

- Paz, Martha (ed.) *Los cuentos de hadas de Luis Ramiro Beltrán.* Santa Cruz de la Sierra: Universidad Evangélica Boliviana, Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social. 2009
- Portal de la Comunicación (<http://www.portalcomunicacion.com>)
- Infoamérica (<http://www.infoamerica.org/teoria/beltran1.htm>)

*La comunicación antes de Colón:*

# Arqueología comunicativa

Hace menos de un mes viajé a Cusco, con la finalidad de conocer la ciudad de los incas y el complejo de Machu Picchu, en donde se me reveló que los latinoamericanos, lamentablemente sabemos más de la Torre Eiffel, de los dioses griegos o de los Beatles, que de nuestras culturas ancestrales.

Durante la visita a la ciudadela edificada por Pachacutec, logré recordar mis clases de historia y de literatura; regresaban los textos del Inca Gracilaso de

la Vega o de los cronistas, pero era más fuerte el "sube a nacer conmigo hermano", de Neruda.

Con mis compañeros de viaje, reflexionamos acerca de la carencia de información y de estudios de comunicación acerca de la cultura inca, hasta que en la Plaza de Armas de Cusco, encontramos una tienda museo en donde el dueño nos explicó la forma comunicativa de los textiles: los colores, la disposición de las figuras en el tapiz y su significado. Todo

comunicaba, todo tenía su interpretación. Embobados recibimos la clase y cuando veíamos un tejido, intentábamos interpretarlo sin éxito. Durante la clase informal nos sentimos frente a la ciega que avizora el futuro y lo plasma en sus telas, personaje de la novela de Manuel Scorza, *La tumba del relámpago*.

La falta de estudios sobre las formas de comunicación en el incario pesó sobre nuestras espaldas de comunicadores y vimos que quienes se habían adentrado al tema, siempre fueron "gringos", como nos dijo nuestro intérprete de textiles.

Pero al regresar del viaje, y con un encargo de Luis Ramiro Beltrán para el director de CIESPAL, busqué en las bibliotecas algún texto para conocer mejor las formas comunicativas ancestrales, pero no tuve resultados, hasta que al entregar el paquete, vi que lo que traía desde Perú era lo que estaba buscando: el libro iniciático para comprender las cosmovisiones y formas de comunicación de nuestros antepasados.

*La Comunicación antes de Colón. Tipos y formas en Mesoamérica y los Andes* es el título del libro que entrega información inicial para que el interesado en el tema desarrolle una fructífera investigación.

La idea fue de Luis Ramiro Beltrán, quien hace ya más de dos décadas, en sus varios viajes, se preguntó lo mismo que este lego frente a las murallas de Machu Picchu. Junto con Karina Herrera, Esperanza Pinto y Erick Torrico, nos presenta las diferentes formas de comunicación en la América precolombina.

Desde México hasta Bolivia, los autores se adentran en las culturas imperiales y sus diversas expresiones comunicativas, completamente opuestas a las formas europeas. Los iconos son más importantes que las letras. La cultura libresca no tiene cabida, pues el conocimiento no está en los folios encuadernados, sino en todas las expresiones de la vida.

En el texto introductorio, Luis Ramiro Beltrán explica las motivaciones y los intereses que lo llevaron a realizar este trabajo y en algo importante coincidimos: los estudiosos latinoamericanos no se han preocupado de ello. Desde la historia y la antropología han llegado estudios, pero desde la comunicación, nada.

Los comunicadores tenemos en este texto la guía para profundizar en el conocimiento de aquellos nudos entrelazados que servían para llevar cuentas o para narrar hechos. De igual manera, los tatuajes, la

joyería y las grandes murallas decoradas con frescos o con relieves, cuentan historias.

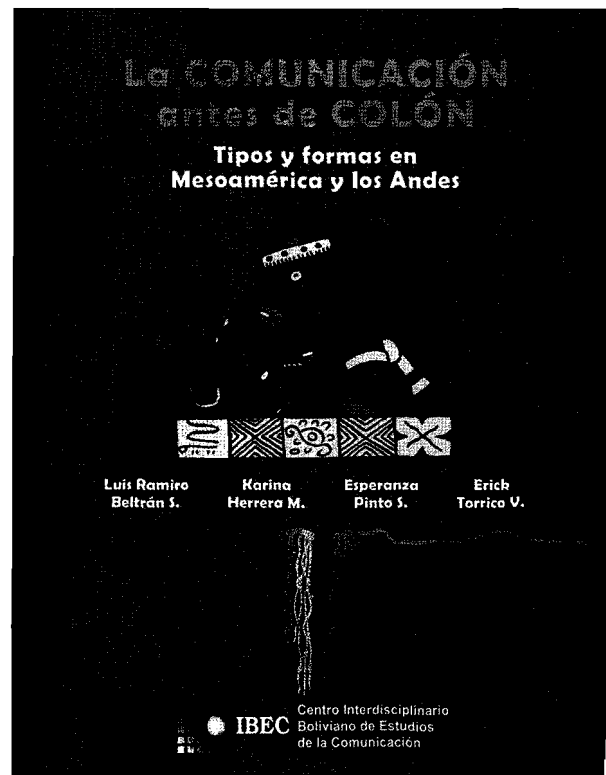
Los códices mayas, lo más parecido a los libros europeos, cuentan y comunican, al igual que las tonadas musicales, la vestimenta, los tocados y las propias ciudades.

En este texto, los autores abordan todas las formas de comunicación precolombina, desde las culturas pre imperiales, y en ellas identifican los elementos y las variaciones utilizadas de una región a otra.

El análisis expositivo parte de un marco teórico contemporáneo que permite encontrar los elementos integrales de los hechos comunicativos.

Durante mucho tiempo hemos contado con aproximaciones estéticas hechas por escritores y artistas plásticos, pero este es el primer texto de difusión comunicativa, completo e integral, escrito por investigadores de la comunicación. La deuda está saldada en algo, pero aún estamos en mora.

Con esta publicación, editada por el Centro Interdisciplinario Boliviano de Estudios de la Comunicación, Luis Ramiro Beltrán nos entrega una nueva faceta en su quehacer: arqueólogo comunicacional.







Luis Ramiro Beltrán:

## Por una "Comunicología de liberación"

**Erick R. Torrico Villanueva**

Boliviano, comunicador, magíster en Ciencias Sociales y en Sociedad de la Información y el Conocimiento.  
etorrico@uasblp.edu.bo

*"...la comunicación no debe ser una herramienta para la irreverente manipulación de los seres humanos con el afán de satisfacer los intereses creados de unos pocos. Tampoco debe la comunicación emplearse para preservar una injusta estructura social; debe usársela para transformarla de manera que prevalezcan la justicia y la paz".*

**Luis Ramiro Beltrán (1983)**

*Los medios son herramientas, como el martillo o la pluma; sirven para desarrollar a los pueblos. El acceso debe ser general y, de igual manera, deben estar reflejados todos los ciudadanos.*

La **comunicación democrática para el desarrollo** es la utopía orientadora del pensamiento, la obra y la enseñanza de Luis Ramiro Beltrán Salmón, el mayor comunicólogo boliviano y, sin duda, uno de los más influyentes especialistas latinoamericanos en Comunicación para el Desarrollo en el escenario internacional.

Esa noción, incapaz de expresar en su integridad el sentido profundo y la trayectoria de la labor intelectual de Beltrán, resume de todas maneras lo central de sus preocupaciones y propuestas, a la vez que las presenta en la plenitud de su actualidad, no obstante que comenzaron a ser forjadas hace más de 40 años.

Desde que en 1952 ingresó como funcionario al Servicio Agrícola Interamericano y tres años más tarde al Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola, este experto y pensador enrumbó su vida hacia la reflexión crítica y constructiva en torno al papel de la Comunicación en los procesos de desarrollo y a la relevancia de su planificación estratégica, haciendo además diversas contribuciones sobre la formación del personal responsable correspondiente.

Todos esos temas aparecieron nítidamente en uno de sus ya clásicos escritos, *Communication: forgotten tool of national development* (1967), en el cual, aparte de plantear la necesidad de "Incorporar el desarrollo de las comunicaciones en el plan principal de desarrollo nacional, para que esté al servicio de todas las demás actividades de desarrollo" (Gumucio y Tufte, 2008:96), también propuso "Organizar y fomentar la investigación en las comunicaciones de tal modo que los planeadores tengan información digna de confianza sobre qué mensajes de desarrollo transmitir por medio de *qué* canales y, los que tengan probabilidades de ser más efectivos, para *qué* público" (idem).

Luego de sistematizar sus elaboraciones en *Communication and modernization: significance, roles, and strategies* (1968), su tesis de maestría en la Universidad de Michigan, en su tesis doctoral

*Communication in Latin America: persuasion for status quo or for national development?* (1970), Beltrán introdujo importantísimos cuestionamientos a los conceptos y modelos entonces prevalecientes. Así, las visiones de autores del *establishment* académico en las áreas del desarrollo y la Comunicación, como Daniel Lerner, Walt Rostow, Lucien Pye, Ithiel De Sola Pool, Wilbur Schramm o Everett Rogers, relativas entre otros aspectos a las etapas del tránsito de la sociedad tradicional a la moderna o al carácter difusionista de los medios masivos en ese proceso, mostraron evidencias de inadecuación y etnocentrismo.

#### Convicción latinoamericana

A la culminación de sus estudios en los Estados Unidos de Norteamérica, Luis Ramiro Beltrán retornó a América Latina en 1970, aunque no a su Bolivia natal, a donde sí volvió en 1991. Pero aquel decenio de los setenta, tan creativo e intenso en el campo internacional de las comunicaciones -cabe recordar que en él nació la propuesta del Nuevo Orden Informativo Internacional, luego la del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación y, finalmente, la del Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación-, hizo aflorar el hondo compromiso de Beltrán con el porvenir de la región.

Sus diagnósticos le llevaron a considerar que Latinoamérica vivía un estado de "incomunicación social", que era un "continente incomunicado" y que la "dominación" era un rasgo característico de sus comunicaciones. Asimismo, con sus trabajos impulsó la controversia en torno al papel monopólico de las agencias informativas, a la concentración propietaria de los sistemas mediáticos y a la funcionalidad de éstos respecto a la dominación cultural estadounidense; aparte de que condenó el conservadurismo, el materialismo y el conformismo alimentados por una televisión y una publicidad imitadoras o reproductoras de formatos importados.

Otros dos grandes temas que contribuyó a poner en la agenda regional e incluso mundial fueron el Derecho a la Comunicación y las Políticas Nacionales de

Comunicación, siendo el verdadero "padre" de estas últimas en el marco de su asesoramiento a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Su conocida definición inicial decía que "...una política nacional de la comunicación...[es]...un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales, organizadas en un conjunto coherente de principios de actuación y normas aplicables a los procesos o actividades de comunicación de un país" (Beltrán, 1974:4), al tiempo que sostenía que "Por el momento, no existe prácticamente este tipo de política nacional en casi ningún país del mundo, ni siquiera en los muy desarrollados. En el caso de los menos desarrollados, la inexistencia de una política nacional de la comunicación es, sin embargo, más grave, ya que es imprescindible organizar las necesidades en materia de comunicación para poder acelerar el desarrollo" (ídem). Era tácita, en estas aseveraciones, la inquietud de Beltrán por el rezago multidimensional latinoamericano.

En su análisis sobre las relaciones entre desarrollo rural y Comunicación, la pregunta principal que formuló respecto a "¿Qué tipo de 'comunicación' al servicio de qué clase de 'desarrollo'?" (Gumucio y Tufte, ob. cit.:149) le condujo a señalar que en América Latina había una vinculación estrecha entre "incomunicación y subdesarrollo", pero también a enunciar una serie de conceptos y proposiciones destinados a favorecer la superación de ese estado de cosas, cuya prosecución siempre ha sentido como algo inadmisibile.

Sin embargo, el latinoamericanismo de Beltrán no se limitó a enfrentar "lo dado" en los ámbitos de las políticas de desarrollo nacional o de la naturaleza y los desempeños de los medios masivos, en sí mismos de gran magnitud; otro frente clave de su batallar fueron los basamentos teóricos y los procedimientos utilizados en la región para producir saber respecto a la Comunicación, al igual que la situación y las particularidades de las investigaciones efectuadas. Ha sido, en ese sentido, uno de los primeros especialistas en estructurar "estados del arte" críticos sobre la investigación comunicacional latinoamericana: en 1974 presentó en la República Democrática Alemana su seminal ensayo *Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?*, en 1975 publicó en Inglaterra el artículo *Communication research in Latin America* y en 1976 vio la luz su célebre trabajo *Alien premises, objects and methods in Latin American communication research* (Cfr. Moragas, 1982; Marques de Melo y Gorski, 1997; Beltrán, 2000).

## Demanda de cabeza propia

La insatisfacción de Beltrán con las ideas que la academia y la política aceptaban sobre el **desarrollo** y la **comunicación** le hicieron descalificar las características "autocráticas, elitistas y materialistas" del primer concepto y la índole "mecánico-vertical" del segundo (Cfr. Gumucio y Tufte, 2008:147). En consecuencia, aportó definiciones humanizadas, más ajustadas a la realidad latinoamericana y, en algunos casos, declarativas de las aspiraciones colectivas de justicia democrática.

Por ejemplo, en 1974 concibió la **comunicación social** como "...un proceso de interacción democrática, basado en el uso de símbolos, por medio del cual los seres humanos intercambian libremente -de manera dialogada y equitativa- sus experiencias de afecto, actitud y comportamiento, influyéndose mutuamente en su conducta con varios propósitos diferentes" (Íbidem, 148). Y cinco años más tarde, en su modelo de **Comunicación Horizontal**, habló de la **comunicación** como "...el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación" (Beltrán, 2007:30).

Pero a la vez que fue decantando varios de los conceptos básicos de la materia reivindicó la urgencia de acometer el trabajo científico con rigor y compromiso ético, así como la de que los estudiosos latinoamericanos de la Comunicación dejaran de hacer simples transposiciones teórico-metodológicas y pensarán la realidad regional con cabeza propia.

En esa línea, en su llamada de atención sobre la ya citada "indagación con anteojeras" (1974) concluyó que la investigación latinoamericana tenía que apartarse de los dogmas derivados tanto del conservadurismo funcionalista (de derecha) como de la retórica revolucionaria (de izquierda), pues los sesgos que traían aparejados impedían, al final, que las investigaciones efectuadas generaran conocimientos y los sustitúan más bien por aseveraciones ideologizadas.

En una evaluación posterior (1976), Beltrán afirmó que *"la investigación sobre comunicación en Latinoamérica ha estado, y todavía lo está, considerablemente dominada por modelos conceptuales foráneos, procedentes más que todo de Estados Unidos de América"* (Moragas, 1982:87) y agregó que "...los investigadores de los problemas de comunicación en Latinoamérica (...) no se han comportado



BOGOTÁ, Noviembre de 1983.- Beltrán en su domicilio durante una entrevista de prensa al anunciarse en noviembre de 1983 que había sido elegido primer ganador del Premio Mundial de Comunicación McLuhan - Teleglobe del Canadá que iría a recibir en Ottawa en diciembre de esa mismo año.

autónomamente y, hasta el momento, han fallado en cuanto a formular conceptos enraizados en la experiencia particular de la vida en la región" (idem). Eran juicios muy duros, pero sin duda certeros, compartidos por varios otros especialistas latinoamericanos del período como Marco Ordóñez<sup>1</sup>, Antonio García o Juan Díaz Bordenave.

No obstante, también reconoció que desde 1971 surgió "una nueva promoción de investigadores" sea en el contexto de sociedades con procesos de cambio acelerado (Perú, Chile y Cuba que vivían experiencias de corte revolucionario) o en el de otras que recibieron una fuerte influencia científica de Europa (Argentina y Brasil). Fue sobre la base de esa constatación que manifestó su optimismo acerca de la presencia de un promisorio movimiento "*Hacia una nueva ciencia de la Comunicación en Latinoamérica*" (ibídem, 116).

### Apropiarse de las herramientas

Beltrán impugnó el carácter extranjerizado predominante de las prácticas investigativas latinoamericanas de la Comunicación y, junto a ello,

1. director del CIESPAL 1970.1974

emprendió una consistente crítica de orden epistemológico y metodológico contra los modelos paradigmáticos que eran aplicados y enseñados en la región.

No solo que dejó en entredicho las presuntas neutralidad y objetividad de las Ciencias Sociales y sus métodos, sino que desentrañó a la vez la procedencia teórica extra-comunicacional y los propósitos de ajuste social que nutrieron el estudio científico de la Comunicación en sus orígenes.

A su demanda de que se restablezca a la **sociedad total como matriz** desde la cual investigar, sumó sus cuestionamientos a los límites de la concepción difusionista de los procesos de comunicación y desarrollo, así como a los de las orientaciones en boga de los estudios de efectos (inspirados en el esquema de Harold Lasswell) y de funciones (debidos a Charles Wright) que resultaban completamente inadecuados para posibilitar los cambios estructurales requeridos por las naciones de América Latina. Consiguientemente, los procedimientos de recolección de datos que privilegiaban esas corrientes -la encuesta y el análisis de contenido- fueron objeto de una aguda disección por parte de Beltrán, hasta quedar al descubierto su utilitarismo para instrumentalizar a los medios y cosificar a las personas en beneficio de terceros.

En su modelo de **Comunicación Horizontal** (1979), al margen de plantear el abandono del guión aristotélico en que el "locutor" usa el "discurso" para "persuadir" al "oyente" -raíz de gran parte de los modelos comunicacionales contemporáneos-, Beltrán incorporó una comprensión social compleja del proceso comunicacional reivindicando su cualidad humana y el requisito de su condición democrática (Beltrán, 2007). Aunque él lo insinuó con la prudencia que le distingue, es claro que ese "*modelo HORICOM*" aventaja al más bien pragmático que Lasswell presentó en 1955 como "una manera conveniente de describir un acto de comunicación", y a tantos otros que no asumen la integralidad de la Comunicación o pecan de reduccionismo.

Así, pues, si en sentido amplio define la **investigación comunicacional** como "...cualquier actividad de indagación sistemática para comprender la naturaleza del proceso de intercambio de experiencias socioculturales" (Beltrán, 1983:41), en lo concreto sugiere que para ejecutarla, los estudiosos latinoamericanos se

apropien de las herramientas teórico-metodológicas para responder comprometidamente a las necesidades de la región y no ser meros "ayudantes" de la perpetuación del *statu quo* de la injusticia (ídem, 48).

## Construcción institucional y de la memoria

Sabedor de que la investigación no prospera apenas con buenos principios o esfuerzos en solitario, Luis Ramiro Beltrán participó en distintos momentos en la conformación de espacios institucionales para la indagación sistemática y en la recuperación de la memoria del campo comunicacional, propósitos que continúa alentando con entusiasmo.

Además de su actuación directa como vicepresidente de la Asociación Internacional de Investigación en Comunicación, como gobernador del Instituto Internacional de Comunicaciones y como miembro activo de la Asociación Internacional de Comunicación, impulsó la creación de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación en 1978 y de la Asociación Boliviana de Investigadores de la Comunicación en 1981, instituciones estas últimas de las que es un constante animador. Su presencia en congresos, seminarios, foros y conferencias marca siempre una referencia para los investigadores de las nuevas generaciones.

Pero el trabajo coordinado no solamente depende de la existencia y funcionamiento regular de organizaciones, sino asimismo de que se disponga de bases documentales que hagan posible la acumulación y la contrastación de los conocimientos.

En tal sentido, aparte de los antes mencionados recuentos analíticos que a título personal preparó acerca de la investigación comunicacional latinoamericana, Beltrán publicó en 1976 en Colombia, junto con Guillermo Isaza y Fernando Ramírez, una *Bibliografía sobre investigaciones en comunicación para el desarrollo rural en América Latina* y más tarde propició con el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo, con sede en Bogotá, donde era subdirector regional, la publicación de una serie de bibliografías sobre investigación comunicacional en diferentes países latinoamericanos. La de Bolivia, que él mismo dirigió y fue la que cerró la secuencia, quedó plasmada en 1990. Toda esa información, como suele decir Beltrán, es "oro en polvo" para los investigadores y sin duda amerita que se encuentre la manera de que halle continuación.

## La metódica de Beltrán

Luis Ramiro Beltrán es una figura pionera y emblemática del pensamiento comunicacional crítico latinoamericano y personifica la *combinación ejemplar del artista, el científico y el estratega* que él propugna como modelo profesional: "El artista produce mensajes, el científico genera conocimientos y el estratega propicia racionalidad" (1990:4).

Periodista en Bolivia desde niño y formado en las aulas de Michigan con David K. Berlo como maestro, a sus 40 años provocó un revuelo de tono subversivo con incisivos cuestionamientos, no solo a la realidad de los sistemas de comunicación sino a baluartes teóricos y metódico-técnicos que habían permanecido intactos por décadas. Influyó notablemente desde entonces en la autocritica y en el nivel de compromiso de los estudiosos latinoamericanos de la Comunicación, así como se destacó por ser el especialista de América Latina más citado por académicos estadounidenses y europeos.

Su infatigable obra intelectual le hizo merecedor en 1983, *Año Mundial de la Comunicación*, del primer Premio McLuhan Teleglobe-Canadá instituido por la Comisión Canadiense para la UNESCO y equivalente, en el área, al premio Nobel de ciencias. Esa distinción, creada en memoria de Marshall McLuhan, le fue conferida por un jurado independiente que le seleccionó de una lista de finalistas en que figuraban expertos tan renombrados como Wilbur Schramm, Ithiel De Sola Pool y Umberto Eco.

Aguzado observador, bibliómano y lector incontrolable, analista metódico, crítico severo, militante de la justicia, lúcido orientador y ameno conversador, Luis Ramiro Beltrán ha sabido conjugar sinérgicamente vena literaria con experiencia periodística y vocación científica, pero además ha sembrado una línea de pensamiento y acción que tal vez podría sintetizarse en el lema *Por la investigación comunicacional crítica para el desarrollo y la democracia*.

Más allá de los principios que fundamentan su propia tarea de investigador -independencia, honestidad y osadía intelectuales a la par que compromiso social- es posible, por la vivencia del trabajo cercano, señalar algunos de los recursos que componen su metódica: planificación detallada, organización, disciplina, máxima exigencia, rigor conceptual, documentación exhaustiva, análisis y discusión creativos, crítica y

autocrítica, exposición clara y precisa.

No es, pues, fácil hallar en el mundo académico a alguien como Beltrán que, imbuido de nobles ideales, sabe lo que quiere, sabe cómo hacerlo y para qué, pero que al mismo tiempo cuenta con la capacidad y la generosidad para enseñarlo. Y son seguramente esos los factores que le hicieron abanderado de **la Comunicología de liberación**, que desde mediados de la gloriosa década de 1970 vislumbró en el horizonte de la dignidad latinoamericana. 🌿

### Referencias:

- Asociación de Periodistas de La Paz et al. *Memoria de una Victoria. El Primer Ganador del Premio McLuhan*. La Paz: Edit. Urquiza. 1994.
- Beltrán, Luis Ramiro. "Reunión de Expertos sobre la Planificación y las Políticas de la Comunicación en América Latina, que ha de celebrarse en Bogotá (Colombia) en 1974". UNESCO. Documento de trabajo COM-74/CONF. 617/2. París, 21 de enero de 1974. 23 pp.
- Beltrán, Luis Ramiro. "No renunciemos jamás a la utopía", *entrevista en Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación*. Nº 3. CIESPAL. Quito: abril-junio: 6-13.
- Beltrán, Luis Ramiro. "Estado y perspectivas de la investigación en comunicación social en América Latina". SIDCOM. La Paz: Universidad Católica Boliviana. Nº 2, 1983: 41-49.
- Beltrán, Luis Ramiro. "Carta a los estudiantes de Comunicación de Bolivia". *Missagium. Revista especializada en Comunicación*. Nº 1. La Paz: diciembre de 1990: 4-6.
- Beltrán, Luis Ramiro. *Investigación sobre Comunicación en Latinoamérica. Inicio, Trascendencia y Proyección*. La Paz: Edit. Plural. 2000.
- Beltrán, Luis Ramiro. "Temas y objetivos de investigación en la comunicación de ayer". *Chasqui*. Quito: diciembre de 2007: 4-13.
- Beltrán, Luis Ramiro. "Adiós a Aristóteles: La comunicación 'horizontal'". *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Nº 7. ALAIC. São Paulo: diciembre de 2007: 12-36.
- Beltrán, Luis Ramiro y Elizabeth Fox. *Comunicação dominada. Os Estados Unidos e os meios de comunicação da América Latina*. São Paulo: Edit. Paz e Terra. 1982.
- Beltrán, Luis Ramiro, Carlos Suárez y Guillermo Isaza. *Bibliografía de estudios sobre comunicación en Bolivia*. La Paz: Edit. PROINSA. 1990.
- Gumucio, Alfonso y Thomas Tufte (comp.). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Edit. Plural. 2008.
- Marques de Melo, José y Juçara Gorski Brittes (org.). *A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*. São Paulo: UMESP. 1998.
- Moragas, Miquel de. *Teorías de la Comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Edit. G. Gili. 1985. 3ª edic.
- Moragas, Miquel de (Editor). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Edit. G. Gili. 1982. 2ª edic.
- Saintout, Florencia (Editora). *Abrir la Comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. 2003.
- Torrico, Erick. *Comunicación Latinoamericana: Caminos y Evaluaciones*. Sucre: Universidad Andina Simón Bolívar. 1998.



*Luis Ramiro Beltrán:*

# Semblanza de un comunicador vanguardista

**Alfonso Gumucio-Dagron**

*Boliviano, comunicador, cineasta, consultor en comunicación, desarrollo y participación.*

*alfonso.gumucio@gmail.com*

Comienzo con una anécdota que lo define de cuerpo entero. El 21 de noviembre del año 2006 me avisaron que Luis Ramiro había sido internado de urgencia en un hospital en Madrid, en donde se encontraba para dictar unas conferencias. Lo operaron de una úlcera

*El comunicador boliviano es un "Wakiki" investigador. Para el más pequeño compromiso, se inmiscuye en toda la temática para conocer esa realidad. Una muestra de su seriedad académica.*

que había reventado y tuvo que guardar reposo varias semanas. Quienes lo conocemos supimos que había una relación directa entre la úlcera y el intenso programa de trabajo que le había preparado nuestro amigo Manuel Chaparro, profesor en la Universidad de Málaga: si una conferencia o un artículo pueden alterar la salud de Luis Ramiro, más aún la responsabilidad de preparar y ofrecer tres o cuatro conferencias en varias ciudades.

Luis Ramiro es así, se toma todo "a pecho", como decimos corrientemente. Es un intelectual que no hace nada a la ligera. Cualquier responsabilidad que asume, sea ésta la más pequeña, la atiende con todo su intelecto y con todo su esfuerzo. Más de una vez he recibido mensajes de Luis Ramiro en los que me dice que está escribiendo un texto, por ejemplo, sobre comunicación y desastres naturales, o sobre comunicación y educación, o cualquier otro tema, y me pide que por favor le envíe "todo" lo que tenga con relación al tema. Él no escribe hasta que no ha leído todo lo que ya existe sobre un determinado tema, por ello su erudición compite con su creatividad.

Cuando a fines del 2008 preparaba el libro "La Comunicación antes de Colón" (Beltrán et al. 2009), sobre comunicación y cultura indígena, me pidió buscar en Guatemala referencias sobre la manera como los mayas encaraban la comunicación antes de la llegada de los colonizadores. La misma búsqueda hizo, sin duda, en los demás países de nuestra región, a través de otros colegas y amigos. El tiempo y la dedicación que suele invertir en cada proyecto lo mantiene tan ocupado que no logra avanzar en sus proyectos más personales.

El problema, como se lo he dicho varias veces, es que Luis Ramiro es una "chica fácil" (o un "chico fácil" para no pecar de machismo), incapaz de dar una negativa a un pedido. Siendo quien es, le llueven solicitudes de todas partes y las que acepta -que son la mayoría- las encara con la mayor seriedad, lo mismo el prólogo para un libro que un texto de fondo para una publicación académica o para una conferencia.

En los últimos años se ha visto en la necesidad de postergar sus proyectos más queridos -por ejemplo la novela sobre la Guerra del Chaco que tiene a medio escribir, inspirada en la figura de su padre Humberto Beltrán, que murió allá- para atender otras cosas que quienes lo rodean -me incluyo entre ellos- le encargamos irresponsablemente, quitándole tiempo y energía. Tan incapaz de decir "no" es Luis Ramiro, que hace un par de años alguien le pidió hacer el prólogo para un libro de un escritor que supuestamente había conocido, pero que él no recordaba. Aceptada la tarea, tuvo que dedicarle tiempo y esfuerzo para encontrar lo que ese escritor había publicado, para cumplir así con el encargo.

Me declaro culpable en esa conspiración amistosa porque mientras por una parte critico su poca disposición a decir "no", por otra le he pedido varias veces colaboraciones a sabiendas de que Luis Ramiro no improvisa jamás, y que en cada caso hará su mejor esfuerzo para preparar siquiera unas cuantas páginas.

Sucedió en noviembre del 2008, cuando presenté en La Paz mi "Antología de Comunicación para el Cambio Social" donde Luis Ramiro es uno de los autores representados con más textos (Gumucio, 2008). Ya le había pedido días antes que inaugurara el "Seminario Internacional sobre la Radio Local en América Latina: Políticas y Legislación", y pocos días antes del evento le pedí además que dijera unas palabras durante la presentación de la Antología, esa misma semana. En un ataque de conciencia retiré mi segunda invitación cuando lo vi agobiado de tareas; sin embargo, el día del lanzamiento del libro se presentó con algo que generosamente había escrito.

Ese extremo sentido de la responsabilidad en todo lo que hace, que linda con el perfeccionismo, es una de las características intelectuales y éticas de Luis Ramiro Beltrán que le ha dado solidez a su trayectoria. "Waskiri", decimos en Bolivia usando una palabra del aymara (es decir, extremadamente dedicado y estudioso), Luis Ramiro ha hecho a lo largo de su vida profesional un aporte significativo a los estudios sobre comunicación para el desarrollo en América Latina. En



una época que recuerda su amiga y colaboradora Elizabeth Fox, ambos se ganaban la vida "organizando centros de documentación y bibliotecas"(Fox,1998), lo cual dice mucho del carácter enciclopédico del conocimiento que fue acumulando Luis Ramiro.

### Del niño de Oruro al teórico crítico

Tengo una foto de Luis Ramiro en la que me muestra divertido uno de esos carteles de Plazas de Toros en los que uno puede colocar su nombre junto al de un gran torero. Dice "Luis Ramiro Beltrán, el niño de Oruro"... Y es que Oruro es la patria chica de Luis Ramiro, allí comenzó todo.

La aventura intelectual empezó con un delgado mozalbete de Oruro que se afanaba en ser periodista a los 14 años, quizás para emular a su padre, fundador del matutino *La Mañana*, y a su madre, Doña Betsabé Salmón de Beltrán, que en sus años mozos destacó como una de las primeras mujeres periodistas de Bolivia a través de la revista y de la agrupación de mujeres *Feminiflor*. Menciono a Doña Becha sin entrar en detalles, sólo para dejar constancia de la enorme influencia que tuvo en la formación de Luis Ramiro y la intensa relación que los unió.

Este periodista adolescente escribió en *La Mañana*, *Sajama*, *Vanguardia Estudiantil* (que él fundó y dirigió) y *La Patria* (gran diario de debate ideológico); todos periódicos de Oruro que por entonces en los años cuarentas era una de las ciudades más prósperas y con mayor actividad cultural de Bolivia. Antes de cumplir la mayoría de edad, se trasladó a La Paz, trabajó en el diario más importante, *La Razón* y fundó *Momento*.

Las fronteras de Oruro, de La Paz o de Bolivia le resultaban estrechas, y el futuro de su actividad profesional estaría marcado por su intenso quehacer internacional. El periodismo tiene un techo bajo, mientras que la comunicación es ancha y ajena. Luis Ramiro apostó a la comunicación, y en especial a la comunicación como instrumento para el desarrollo, que en los años 1960 y 1970 no era una tema muy conocido en América Latina. Sus aportes en ese campo son fantásticos, si uno considera por una parte su influencia en el pensamiento académico imperante en la época y su contribución al gran debate internacional sobre las políticas nacionales de comunicación.

Con relación a lo primero, tenemos testimonios contundentes, como el de Brenda Dervin, colega suya en Michigan State University, quien afirma que Luis

Ramiro "abrió puertas" obligando a que académicos de la comunicación de muy alto nivel en Estados Unidos, revisaran sus ideas, por entonces hegemónicas. Los cuatro artículos que Luis Ramiro publicó en inglés entre 1975 y 1980 fueron determinantes para que, al decir de Dervin, "muy numerosos miopes estudiosos" revisaran sus teorías sobre la comunicación para el desarrollo en América Latina. "*Beltrán abogó por el desplazamiento de perspectivas de transmisión a las participatorias, de la comunicación vertical impositiva a la horizontal, de la comunicación monológica a la multilógica*"(Dervin, 1998). Luis Ramiro contribuyó a romper con el "ninguneo" de los investigadores de la comunicación de Estados Unidos con respecto a sus pares de América Latina. Dervin destaca que cada vez que en Estados Unidos se publicaba un libro nuevo sobre comunicación para el desarrollo, así fuera de carácter enciclopédico, los autores latinoamericanos estaban ausentes o apenas citados. Esto relevaba en algunos casos un intento de esconder el pensamiento de nuestra región, y en otros, simple ignorancia y pereza intelectual por parte de los investigadores de Estados Unidos.

Son muy pocos los académicos de Estados Unidos que han hecho el esfuerzo de leer en castellano, mientras que en América Latina nuestra actitud ha sido siempre diferente y proactiva. Solamente los autores menos perezosos y más amigos de América Latina fueron capaces de rescatar las ideas de nuestros pensadores, y en ello Luis Ramiro, el autor más citado en Estados Unidos en esos años, hizo una contribución notable. Profesores de comunicación como Brenda Dervin, Emile McAnnany, David Berlo, Everett Rogers y otros, abrieron sus mentes y se beneficiaron de las ideas más avanzadas sobre comunicación para el desarrollo en las décadas del sesenta y setenta. Dervin afirma que Luis Ramiro Beltrán fue una de las cinco mayores influencias intelectuales en su vida.

Luis Ramiro ya había mostrado su carácter contestatario durante sus estudios en Estados Unidos, cuando cuestionaba las ideas de algunos de los fundadores de las teorías de comunicación para el desarrollo en ese país, en particular Everett Rogers, su profesor y más tarde colega y amigo quien reconoció en una entrevista poco antes de su muerte que su contacto con intelectuales latinoamericanos le había ayudado a repensar los planteamientos de la época, en particular los de Daniel Lerner, así como reformular su propia teoría de la "difusión de innovaciones". Su texto "*The Passing of the Dominant Paradigm*" -que hace alusión crítica al texto de Lerner "*The Passing of*

*the Traditional Society*" - hizo avanzar el debate sobre comunicación para el desarrollo desde la perspectiva de los países del Tercer Mundo. Luis Ramiro contribuyó en ese diálogo durante los años 1960 con artículos como "La comunicación, instrumento olvidado del desarrollo nacional", "Comunicación y modernización: el caso de América Latina", y más adelante, en 1979, con su conocido "Adiós a Aristóteles: la comunicación horizontal"<sup>1</sup>.

Su amigo de muchos años, el "pila" Juan Díaz Bordenave, recuerda que cuando lo visitó en Michigan en 1966, Luis Ramiro era un estudiante al que sus profesores, entre ellos David Berlo, respetaban profundamente, y afirma que en la década del setenta, durante uno de los congresos de la International Communication Association (ICA), el mismo Berlo, en su discurso magistral, dijo que Beltrán era una de las tres personas -junto a Schramm y Freire- que más habían influido en su manera de pensar la comunicación. (Díaz Bordenave, 1998).

"Las ideas de los pensadores importantes tienen vida propia (...) los impactos de Beltrán van mucho más allá de sus intenciones", acota Brenda Dervin, subrayando la personalidad inspiradora y generosa de Luis Ramiro como colega de trabajo y como maestro.

### Pensador de políticas

Como pensador, Luis Ramiro es un hombre que arriesga opinión y que no deja de decir lo que tiene que decir en el lenguaje más directo y sin ambages. Por ello fue parte de aquella vanguardia que en los años setentas se planteó la quimera de un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC). Estuvo entre los agitadores intelectuales que prepararon el terreno para el informe MacBride "Un Solo Mundo, Voces Múltiples" y para la toma de posición de la UNESCO, mediante reuniones regionales y sub-regionales que fueron consolidando la posición de la región latinoamericana sobre el tema.

Luis Ramiro participó directamente en las actividades preparatorias desde principios de los años setentas, y fue particularmente instrumental en la preparación de la conferencia que tuvo lugar en San José, el año 1976. En 1974 ya cuestionaba el modelo desarrollista y sugería que el desarrollo humano debía ser el eje.

Muy temprano insistió en que la comunicación no podía improvisarse, y escribió en artículos e informes sobre la necesidad de contar con tres niveles de instrumentos: las políticas que definen los objetivos y las grandes líneas, las estrategias que permiten concretar las modalidades de acción en el mediano y largo plazo, y los planes que describen detalladamente las actividades que deben desarrollarse.

A él se debe la definición de trabajo de políticas de comunicación que luego fue utilizada y reproducida ininidad de veces como una síntesis en la que todos estaban de acuerdo: *"Una política nacional de comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país"*.

Revoltoso y subversivo, podríamos decir, porque en esa época plantear políticas nacionales independientes, plurales y democráticas para construir un nuevo orden mundial en la información y la comunicación era enfrentarse al poderío indiscutido y omnímodo de los medios masivos y de las agencias de noticias de Estados Unidos y en menor medida de Europa. Al plasmarse esas ideas en el informe MacBride, tanto Estados Unidos como Inglaterra abandonaron la UNESCO durante muchos años. No podían soportar la idea de ceder parte del poder mediático y de control de los flujos internacionales de información.

El desenlace, como podemos constatarlo cada día, no fue favorable a una comunicación democrática y adecuada a las necesidades de desarrollo de los países del Tercer Mundo, pues la hegemonía de los medios masivos, el crecimiento desproporcionado de conglomerados mediáticos acaparadores de empresas de radio, prensa, televisión, agencias noticiosas y de publicidad, fue aún mayor a partir de los años ochentas. La "libre empresa" triunfó sobre la libertad de expresión y sobre todo, por encima del derecho a la comunicación.

Treinta años después de ese proceso de consultas que culminó con el Informe MacBride, las preguntas siguen siendo las mismas y todavía tienen mucha validez las recomendaciones a los países de dotarse de políticas de comunicación acordes con su propia realidad y con las necesidades del desarrollo.

1. El término "comunicación horizontal" nos remite al título de un pequeño libro, "La Comunicación Horizontal", de Frank Gerace y Hernando Lázaro publicado en Lima el año 1973.

En propuestas y proyectos en los que Luis Ramiro ha participado en el curso de su vida profesional, siempre ha insistido en la necesidad de separar la capacidad orgánica y programática del Estado en materia de comunicación, de las actividades publicitarias y de relaciones públicas, que con frecuencia bajo el rubro tramposo de "comunicación" engullen los presupuestos que deberían realmente destinarse a implementar estrategias a favor de la comunicación como derecho humano.

## Creatividad artística

Otra característica importante en Luis Ramiro es la creatividad que recorre sus textos y en general su quehacer intelectual. En una entrevista que le hice en octubre del 2004: "Me he ganado la vida como un artista de la comunicación, no como un científico", la comunicación para Luis Ramiro tiene un sentido menos instrumental y más amplio. Es decir, Luis Ramiro rescata lo esencial en la etimología del término, su naturaleza dialógica y participativa, su potencial de "puesta en común" que contribuye a construir comunidad. Y por ello, su trabajo como "artista de la comunicación" no está reñido con su labor de poeta, de periodista, de autor de obras de teatro, de guionista de cine o de novelista.

Si bien es más conocido internacionalmente por sus contribuciones al campo de la comunicación, es bueno saber que Luis Ramiro fue uno de los principales guionistas del cine boliviano, junto con su amigo y socio de aventuras Jorge Ruiz, uno de nuestros pioneros en ese arte que se convirtió para Luis Ramiro en su "segundo amor"<sup>2</sup>. Entre las películas que hicieron juntos es notable *Vuelve Sebastiana*. En mi "Historia del Cine Boliviano", que publiqué a principios de los años ochentas le doy el crédito correspondiente a Luis Ramiro por su aporte al cine boliviano (Gumucio, 1982). Con Jorge Ruiz hizo otros documentales en Ecuador (*Los que nunca fueron*) y en Guatemala (*Los Ximul*), películas pioneras en la incipiente cinematografía de esos países.

Como poeta, Luis Ramiro tiene publicado el libro *Pasos en la corteza* (1987) y una antología de la poesía boliviana -*Panorama de la poesía boliviana* (1982) - que preparó cuando vivía y trabajaba en Colombia, país muy cercano a él no solamente por

razones de trabajo, sino porque allí conoció a su esposa, Nohora. Esa antología, con 708 páginas es un generoso intento de recoger muestras de todos los poetas bolivianos, y es, en ese sentido, la recopilación más exhaustiva que se haya publicado. Tuvo la generosidad de incluir en ella dos breves poemas míos, "Geografía" y "Lápida".

En 1987 su obra de teatro *El cofre de selenio* recibió un premio internacional en Ecuador, se publicó en Bolivia en 1988 como una separata del número 22 de la *Revista Signo*, y se estrenó en La Paz en el año 1992, montaje que lo hizo Maritza Wilde. De la obra dice el periodista y ensayista boliviano Raúl Rivadeneira que es "*una llamada de atención, una severa crítica a la forma de conducir la humanidad en el mundo actual materializado, consumista, despreocupado o indiferente por los altos valores inmateriales; una voz de alerta sobre el peligro que se cierne sobre la humanidad, antes que la imagen pesimista que le sirve de soporte o pretexto*" (Rivadeneira, 1998).

Puede parecer una anécdota, pero no es sino un complemento del perfil creativo de Luis Ramiro haber compuesto, incluso, la letra de un bolero romántico, que fue cantado por Raúl Shaw Moreno, el ex integrante del Trío los Panchos, según recuerda Juan Díaz Bordenave.

Al final de cuentas, la creatividad que Luis Ramiro ha desplegado en varias artes no es otra cosa que una manera de ejercer la comunicación y de dialogar, a través de otras formas, con la gente.

Así como en su quehacer intelectual, Luis Ramiro Beltrán es obsesivo y compulsivo, hasta el extremo de enfermarse; en su vida social es un hombre relajado y divertido. Sus ocurrencias denotan siempre un espíritu joven, que disfruta la música, las bromas y, por supuesto, los amigos. Los que nos sentimos cerca de él hemos tenido el privilegio de escucharlo cantar muestras de su cancionero de picardía y hacerlo con mímica e imitando el sonido de los instrumentos, con la misma facilidad en castellano o en quechua, cuando no se adentra jubiloso en otro idioma como el portugués o el guaraní, para satisfacer a su audiencia. La simpatía de Luis Ramiro es algo que lo hace estar siempre rodeado de amigos de todas partes y de todas las edades, que lo visitan en su departamento en el Edificio El Escorial, en La Paz, o que lo invitan a otras ciudades y países.


2. John Grierson, considerado el padre del cine documental de Inglaterra y de Canadá, dijo en una visita a Bolivia que Ruiz era "uno de los seis documentalistas más importantes del mundo".

## La generosidad

Todos los testimonios de quienes han conocido o trabajado con Luis Ramiro Beltrán coinciden en que es un hombre generoso, abierto, tolerante, colaborador... y un amigo fiel, constante e incondicional. Muy exigente en el trabajo, obsesivo con sus colaboradores, pero siempre con una manera que otorga tanto respeto como el que demanda.

Como bien apunta Alejandro Alfonso, quien ocupó muchos años más tarde el mismo puesto de Consejero Regional de UNESCO que antes había ocupado Luis Ramiro, hay los "beltranólogos" y los "beltranistas", es decir, los especialistas en la obra comunicacional de Luis Ramiro y aquellos que han sucumbido a su personalidad amable y seductora. Creo que son más los últimos, sumados a través de varias generaciones.

Los más jóvenes leen los textos de Luis Ramiro como algo ya asumido, ya dicho, ya incorporado a la historia y al paisaje teórico actual, pero no se dan cuenta de lo que significó desarrollar esas ideas hace cuarenta años. En las décadas de los sesenta y setenta, el cuestionamiento sobre los modelos de comunicación imperantes era exactamente como atreverse a remover un avispero con un palito. Luis Ramiro lo hizo con determinación, gran honestidad intelectual y sincero ánimo de diálogo. La paradoja, obviamente, es que muchos de los temas siguen en la agenda, y de ese modo el pensamiento de Luis Ramiro y de otros pensadores de su tiempo no ha perdido actualidad, sino que nos recuerda cruelmente que hay todavía muchas tareas pendientes por cumplir.

Me ha sucedido algo curioso con la obra de Luis Ramiro en los últimos cinco años, a raíz del trabajo de preparación de mi libro "Antología de Comunicación para el Cambio Social". He leído en este periodo muchos textos suyos que no conocía, y he releído mejor, con más detenimiento, otros que había leído antes; y ello me ha permitido descubrir casi con sorpresa hasta qué punto -quizá por la experiencia vital boliviana que nos es común- hay entre él y yo una afinidad de pensamiento, al extremo de que reconozco similitudes entre cosas que he escrito y textos de él que hasta hace poco desconocía. Es como si ambos hubiéramos seguido el mismo curso de reflexión, él mucho antes que yo, obviamente; no en vano le pertenece el título de pionero de la comunicación para el desarrollo. 

## Referencias:

Beltrán, Luis Ramiro, Karina Herrera Miller, Esperanza Pinto y Erick Torrico. *La Comunicación antes de Colón*. 2009.

Gumucio-Dagron, Alfonso y Thomas Tufte (comp.). *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y Contemporáneas*. La Paz: Plural Editores. 2008.

Fox, Elizabeth. "Para no olvidar los sueños", en *A trajetória Comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*, José Marques de Melo y Juçara Gorski Brittes (org.). Sao Paulo: Universidade Metodista de Sao Paulo (UMESP) y UNESCO. 1998.

Dervin, Brenda. "En alguna parte entre la poesía y la prosa, el hecho y el sentimiento, las superficies y los secretos. Luis Ramiro Beltrán, el campo de la comunicación en EEUU y yo", en *A trajetória Comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*, José Marques de Melo y Juçara Gorski Brittes (org.). Sao Paulo: Universidade Metodista de Sao Paulo (UMESP) y UNESCO. 1998.

Díaz Bordenave, Juan. "Memorias de viagem", en *A trajetória Comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*, José Marques de Melo y Juçara Gorski Brittes (org.). Sao Paulo: Universidade Metodista de Sao Paulo (UMESP) y UNESCO. 1998.

Gumucio-Dagron, Alfonso, en *Mazi*, No. 1, noviembre 2004. Communication for Social Change Consortium. <http://www.communicationforsocialchange.org/dialogues.php?id=234>

Gumucio-Dagron, Alfonso. *Historia del Cine Boliviano*. La Paz: Los Amigos del Libro. 1982.

Rivadeneira Prada, Raúl. "Perfil literario de Luis Ramiro Beltrán", en *A trajetória Comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*, José Marques de Melo y Juçara Gorski Brittes (org.). Sao Paulo: Universidade Metodista de Sao Paulo (UMESP) y UNESCO. 1998.

10.- Rivadeneira Prada, Raul (1998) "Perfil literario de Luis Ramiro Beltrán", en *A trajetória Comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*, José Marques de Melo y Juçara Gorski Brittes (organizadores). Sao Paulo: Universidade Metodista de Sao Paulo (UMESP) y UNESCO.



Entrevista:

# "Debemos denunciar la estructura deshumanizante y anunciar la estructura humanizante"

**Juçara Brittes**

*Brasileña, doctora en Ciencias de la Comunicación, docente e investigadora en temas de políticas de comunicación y esferas públicas.  
jubrittes@gmail.com*

Los circuitos académicos registran, para las siglas Políticas Nacionales de Comunicación (PNC), un importante marco político y teórico de comunicación social en el mundo occidental. Usted

*Los países de la región necesitan de políticas claras y democráticas, para que nuestras sociedades sean incluyentes y desarrollen una verdadera comunicación, garantía de los derechos ciudadanos.*

**fue uno de los principales mentalizadores y articuladores de éstas, por ello es considerado el "padre de las PNC". ¿Asume esta paternidad?**

Ese generoso apelativo me fue brindado por el distinguido colega José Marques de Melo en el prólogo del libro que él y usted editaron en 1998<sup>1</sup> para recoger los documentos del encuentro de Sao Paulo con que tuvieron la fineza de recordar mi trayectoria en la naturaleza precursora de mi aporte a la teorización sobre las PNC. Y, en efecto, gracias a los estimulantes requerimientos que me hizo la UNESCO tuve el privilegio de ser el primero que comenzó por plantear una definición, ya que no existía en la literatura internacional consultada, y emprendí la reflexión para formular aquellas nuevas políticas en nuestra región.

Dicha definición, propuesta en 1974 y refinada en 1976, fue: "Una Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación en un país."

**Existen muchas referencias de su contribución que comprueban la importancia no solo teórica sino pragmática de su definición. ¿Nos ayudaría a recordar lo más significativo?**

En 1986, el colega español Josep Gifreu diría de ella que fue "una primera definición de políticas de comunicación que haría fortuna...".

En 1998 el colega venezolano Alejandro Alfonzo haría la siguiente afirmación: "Esta definición tuvo gran resonancia, al punto que en una u otra forma fue acogida en la Declaración de San José, aprobada por los delegados a la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe convocada por la UNESCO en Costa Rica en

julio de 1976. Por otra parte, es con esta definición que se ha manejado, trabajado, comentado y difundido más, tanto en el sector académico como en el técnico y el profesional, y que ciertamente animó los diseños de políticas de Estado que en el área de la comunicación se realizaron al menos en Venezuela, Costa Rica y México entre 1976 y 1986...".

También en 1998 el colega boliviano José Luis Exeni manifestaría esta opinión concordante: "Es en este valioso documento donde se plantean las bases explícitas más sólidas de las Políticas Nacionales de Comunicación...".

Y, tan recientemente como en 2006, quien fuera el principal protagonista de la conferencia intergubernamental de 1976 en San José, el venezolano Guido Groscors, hizo en un libro suyo sobre el tema estos señalamientos "...El primer paso consistió en convocar una reunión de expertos en Bogotá. Durante su desarrollo se conocería el documento de trabajo preparado por Luis Ramiro Beltrán, que recoge la primera definición de políticas de comunicación que desde entonces citan todos los interesados en el tema. (...) Como dice Oswaldo Capriles, el documento 'desapareció de la escena' como consecuencia de la airada reacción opositora de los propietarios de los grandes medios de comunicación y de las instituciones patronales que los agrupan en nuestro continente. A pesar de ello, el pensamiento sobre la materia enunciado en Bogotá tuvo clara y fuerte influencia en los debates y en el histórico pronunciamiento de los Ministros de Información de Latinoamérica y el Caribe.

**¿Además de usted, quién más se ha destacado en la construcción teórica de las PNC?**

El núcleo principal de la reflexión inicial, en la región, sobre políticas de comunicación como instrumento clave para la democratización de ella fue el Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO) de la Universidad Central de Venezuela, encabezado por el ilustre investigador Antonio Pasquali.

1. Se trata del libro Marques de Melo, J. y Brittes, J. (orgs). *A trajetória comunicacional de Luis Ramiro Beltrán*. UNESCO/UMESP: São Bernardo do Campo, 1998.

La otra plataforma mayor de debate académico precursor sobre la materia fue promovida y presidida, con diligencia, perseverancia y creatividad, por José Marques de Melo en Brasil.

Entre otros tempranos analistas del tema en la región sobresalieron Elizabeth Fox -mi compañera de trabajo y de ideales- mi entrañable amiga Patricia Anzola y Amparo Cadavid, en Colombia; Ricardo Nosedá y Héctor Schmucler, en Argentina; Raquel Salinas y Fernando Reyes Matta, en Chile; Roque Faraone, en Uruguay; Marco Ordoñez, Benjamín Ortiz, Marco Encalada y Andrés León, en Ecuador; Rafael Roncagliolo, Carlos Ortega y Carlos Romero, en Perú; Beatriz Soliz, Fátima Fernández y Joseph Rotta y Javier Esteinou, en México.

### **¿Qué factores evidenciaron la necesidad de establecer Políticas Nacionales de Comunicación en los países?**

Creo que el factor principal fue el hecho de que los Estados miembros de la UNESCO se dieron cuenta, a partir del último tercio de la década de 1960, que prevalecía una suerte de estado de aguda carencia de normas claras y coherentes en materia de comunicación masiva en los países de menor desarrollo nacional. Algunos instrumentos de legislación procuraban regular la conducta de los ciudadanos y el desempeño de periodistas y dueños de diarios, revistas y radioemisoras. Ponían énfasis en la protección de la libertad de prensa, a menudo amenazada por regímenes autoritarios de uno u otro signo ideológico. Pero el enfoque de aquello parecía estar primordialmente dirigido a proteger intereses de poderosos círculos privados.

Los gobiernos solo se interesaban por la comunicación como vehículo de propaganda para apuntalar el ejercicio del poder, generalmente por minorías conservadoras. Por otra parte, no tenían la voluntad de aplicar la comunicación al servicio de sus esfuerzos en pos del desarrollo porque no percibían la importancia crucial de ella para apuntalar sus programas sociales, como los de salud y educación.

Lo que existía, por tanto, eran solamente políticas parciales, coyunturales, poco articuladas y hasta contradictorias entre sí y poco explícitas. Todo ello, me parece, llevaría a los Estados miembros de la UNESCO a propiciar la formulación y aplicación de políticas de comunicación de alcance nacional con visión integral y enfoque democrático para subsanar la anomia.

### **¿Cuál es el contexto histórico en el cual se desarrolla el movimiento de las PNC?**

La de 1970 fue considerada la "Década de Fuego" en cuanto a la comunicación internacional porque, entre mediados y fines, estalló a escala mundial una ácida y tenaz controversia entre los principales países desarrollados y los entonces llamados del "Tercer Mundo". La candente confrontación, que tuvo por escenario principal a la sede central de la UNESCO en París, giró en torno a una propuesta del Movimiento de los Países No Alineados para forjar un Nuevo Orden Internacional de la Información y a la promoción por parte de la UNESCO de la formulación de Políticas Nacionales de Comunicación. En ambos emprendimientos, el pensamiento crítico y renovador sobre comunicación que surgió en Latinoamérica, con ímpetu, tuvo primordial influencia.

La UNESCO había propiciado, ya en la década de 1960, la formulación de políticas nacionales para que sus Estados miembros normaran las actividades en los campos de la educación, la ciencia y la cultura. Y en 1970 su Asamblea General le dio el mandato de hacer lo propio en el de la comunicación. En cumplimiento, la UNESCO hizo en París, en 1971, una consulta preliminar a un grupo de investigadores de la comunicación entre los que yo fui invitado por Latinoamérica. Luego, en 1972, realizó también en París y a nivel mundial la Primera Reunión de Expertos sobre Políticas y Planificación de la Comunicación, en la que participé. Puesto que evidentemente hacían falta, como punto de partida, para el debate, presenté en ambos encuentros breves proposiciones tentativas para la construcción de una definición de la naturaleza de las PNC. Y a fines de 1973, habiendo decidido la UNESCO comenzar la tarea por nuestra región, me encomendó, en calidad de consultor en su sede central, preparar el documento básico para la Primera Reunión de Expertos sobre Políticas Nacionales de Comunicación que había resuelto llevar a cabo en 1974 en Bogotá. Produje así, en cien párrafos, una detallada propuesta conceptual y operativa dirigida a servir de plataforma para la reflexión.

En julio de ese año, 17 invitados de la UNESCO y siete observadores provenientes de 14 países de Latinoamérica y el Caribe acudieron a la cita. Se tomó en cuenta el documento básico y en concordancia con la definición inicialmente planteada, ellos tuvieron una deliberación sustancial y creativa, y lograron arribar al consenso necesario para formular en detalle, en cumplimiento del encargo específico

que les hizo la UNESCO, la agenda para la Primera Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe que ella había previsto realizar en 1975.

### **Esa reunión tuvo muchos percances...**

Tan pronto como la UNESCO hizo público el excelente informe final de la reunión de Bogotá, la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) y la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) lo repudiaron públicamente, con aspereza, por considerarlo atentatorio contra la libertad de prensa y dirigido "a servir las aspiraciones de fascistas y marxistas". Y anunciaron, por su cadena continental de múltiples medios, su decisión de oponerse resueltamente a la conferencia intergubernamental. En efecto, persuadieron a autoridades políticas de Argentina, Perú y Ecuador de que no brindaran sede a ella. La UNESCO tuvo entonces que postergar tal encuentro hasta que le dio franca y firme acogida el Gobierno de Costa Rica, el país de la región más cercano a la práctica de los ideales democráticos. Fue así que la SIP y la AIR no lograron impedir la realización de la conferencia en San José. Sí lograron, en cambio, provocar la renuncia de la Ministra de Cultura de Costa Rica, Carmen Naranjo, acusándola de haber sido patrocinadora de la reunión. Luego, ejerciendo dura presión sobre la UNESCO, pudieron inducirla a que no usara el informe de la reunión de expertos de Bogotá como base para las deliberaciones de los Ministros de Información, así como a que quitara la responsabilidad organizativa a los funcionarios de su central que habían armado y conducido la reunión en Colombia y, por supuesto, que no invitara entre los observadores a la intergubernamental a quienes participaron de aquella.

Clara y públicamente respaldada por el socialdemócrata presidente de Venezuela, Carlos Andrés Pérez, y hábilmente liderada por su ministro de Información, Guido Grooscors, la conferencia intergubernamental se llevó a cabo exitosamente en San José, en julio de 1976, pese al acoso público que contra ella desataron allá con intemperancia la AIR y la SIP. Con el sustento de sus deliberaciones, pero estrechamente en el pensamiento de los expertos de la reunión de Bogotá del 74, los Ministros de Información formularon una importante declaración y aprobaron un amplio conjunto de resoluciones instrumentales al propósito de contribuir normativamente a democratizar la comunicación en la región, por medio de políticas nacionales de cada país. Acordaron que cada uno de ellos tendría que formular la suya, constituyendo un Consejo Nacional pluralista

representativo de periodistas y otros comunicadores, de propietarios de los medios de comunicación y de funcionarios gubernamentales pertinentes. Y propusieron asignar al Estado, no la conducción protagónica del proceso sino la responsabilidad de apoyo a la aplicación de las políticas y, si resultara necesaria, la función de arbitraje.

### **¿Las resoluciones fueron aplicadas?**

Infortunadamente, pero no sorprendentemente, no lograron materializarse en ninguno de los países que participaron de dicho encuentro, con la única excepción de aquella que dispuso establecer dos modestas agencias regionales de noticias: ASIN, que nacería en México, y ALASEI, que lo haría en Panamá; fueron organizadas y puestas en operación gracias al denodado esfuerzo del colega argentino José María Pasquini y del colega peruano Germán Carnero, que contaron con el valioso apoyo del colega italiano Roberto Savio, director de la Agencia Interpress.

Solamente en dos de aquellos países se registraron intentos sustantivos de poner en práctica, integralmente, lo que los Ministros de Información habían aprobado, pública y solemnemente, en San José de Costa Rica en 1976. Uno fue el de Venezuela, el país líder, académica y políticamente, del movimiento pro políticas nacionales de comunicación y el otro fue México. Infortunadamente, ambos intentos irían a fracasar principalmente por la misma razón: la extrema presión inhibitoria que ejercieron sobre los respectivos gobiernos los miembros de la AIR y de la SIP.

Poco después de la conferencia intergubernamental realizada en San José de Costa Rica, Guido Grooscors emprendió las actividades necesarias para dar la más pronta y cabal aplicación a las determinaciones adoptadas. Comenzó por plantear la propuesta para establecer el Consejo Nacional de Políticas de Comunicación previsto como el órgano asociativo pluralista que conduciría el proceso de formulación de la respectiva política nacional del ramo. La reacción de las agrupaciones patronales de comunicación masiva contra tal propuesta fue tan beligerante, intensa y estentórea que logró sin mayor demora impedir su consideración por las autoridades estatales legislativas y ejecutivas, frustrando de raíz a tal proyecto de implementación. Aún más, provocaron el alejamiento de Grooscors de sus funciones en el gabinete. En vista de que no estaba lejana la fecha de una elección nacional general, el propio partido de gobierno al que él pertenecía halló necesario evitar la



confrontación con aquellos poderosos intereses. El Ministro pasaría pronto a ser embajador en Colombia, con lo que la causa de las PNC fue privada de su principal promotor. Y así todo iría a quedar como estaba en el propio país que encabezara dicho movimiento de cambio normativo.

Cerca de fines de la década del 70 tuvo lugar en México el segundo y el mayor intento de organización para la formulación de la respectiva política nacional de comunicación. Sin terciar en público debate sobre el tema, organizado por el Secretario de Información de la Presidencia de la República, se trazó con minucioso detalle los lineamientos para tal política y se diseñó un plan operativo para ponerla en práctica. Cuando ese empeño estaba cercano a su culminación, una filtración de información a un diario proporcionó a las agrupaciones continentales de comunicación la oportunidad para denunciar acremente como una actividad contraria a la libertad de prensa y provocar su cancelación. En efecto, el indicado alto funcionario de Estado fue súbitamente removido de su cargo, la documentación producida fue descartada y el proyecto fue clausurado, sin anuncio ni explicación, con la complacencia de sus ardorosos y muy influyentes antagonistas.

Otros factores coetáneos contribuyeron también a mantener la situación de la comunicación en *status quo*. Uno de ellos fue el que la UNESCO se viera impedida de proporcionar apoyo alguno a esfuerzos de los países para propiciar las Políticas Nacionales de Comunicación porque, entre mediados y fines de la década del 70, fue el escenario principal de una encendida controversia mundial por una propuesta del Movimiento de los Países No Alineados para forjar un Nuevo Orden Internacional de la Información (NOMIC), que también fue objeto de frontal oposición por los mismos intereses político/empresariales militantemente opuestos al cambio. A tal grado llegó esto que, pese al entendimiento transaccional que la UNESCO lograría finalmente en 1980, con el concurso de la Comisión McBride que creó, cayó en una crisis tan honda, grave y fragorosa que desembocó en la sustitución de su director general, el africano Amadou Mahtar M'Bow y, algo después, inclusive en el retiro de los Estados Unidos de América y de Inglaterra de dicho organismo internacional.

Genocidas dictaduras militares conservadoras asolaron, a lo largo de la década del 70 y hasta el primer tercio de la del 80, a algunos países de la

región, principalmente a los del Cono Sur. Esta dura realidad política contribuyó también a desfavorecer la implantación de las PNC, porque tales regímenes - enemigos, ellos sí, de la libertad de información- no iban a interesarse por implantar políticas democráticas sobre ella y, por otra parte, porque si lo hacían había el riesgo de que, deformando su espíritu, más bien las orientaran hacia el control autoritario de los medios de comunicación.

Y el tercer factor del caso fue la indiferencia ante el empeño prevaleciente entre las organizaciones constitutivas de la sociedad civil, tales como federaciones de maestros, asociaciones de universitarios, agrupaciones sindicales de obreros y de campesinos, colegios de profesionales y las propias uniones de periodistas. Tampoco fue el tema acogido por los partidos políticos. Y ni tan siquiera catedráticos y estudiantes de las varias facultades de Comunicación mostraron, en la mayoría de los casos, interés por comprometerse en apoyar la lucha por la causa de las políticas. La única entidad clave de la sociedad que se identificó activamente con la lucha fue la Iglesia Católica, motivada por sus excelentes agrupaciones regionales de comunicadores.

Así, la inquietud quedó confinada a un limitado conjunto de investigadores de la comunicación que continuarían, si bien decrecientemente, reflexionando sobre la materia e insistiendo en la necesidad de las políticas. Pero, por no constituir ellos un movimiento orgánico formal y estable, no lograron que su preocupación llegara más allá de determinados círculos del ámbito académico y de algunos organismos internacionales de su campo, como el CIESPAL, el ILET y el INTERCOM.

### **¿Cuál es la situación de América Latina, en términos de PNC, en la era de la Sociedad de la Información, de la globalización y del neoliberalismo?**

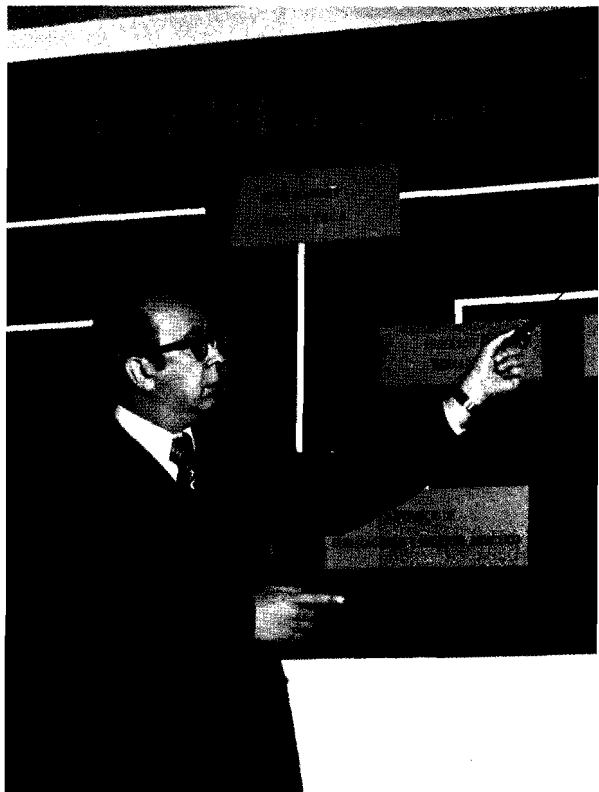
Considero que lejos de mejorar, respecto de la que prevalecía en la década del 70, la situación de la comunicación en Latinoamérica ha empeorado muchísimo actualmente debido al influjo de la moderna tecnología de información, propia de la era globalizadora y neoliberal. Cuando menos desde mediados de la década de 1980, esa tecnología viene siendo utilizada casi exclusivamente para expandir, profundizar y consolidar bajo el predominio del mercado la dependencia externa y la dominación interna.

Consortios transnacionales, principalmente estadounidenses, tienen hoy un incontrastable dominio del flujo noticioso, del negocio publicitario y de los programas de televisión. Y la 'brecha digital' entre los países desarrollados y los países en vías de desarrollo es abismal, puesto que las diferencias en el acceso a los recursos de la telemática son ahora inmensas. Ya desde el comienzo de la presente década, el 90 por ciento de la producción de bienes y servicios informáticos está en manos de los Estados Unidos, de la Unión Europea y del Japón. Del total de 550 millones de aparatos de computación existentes entonces en el mundo, un poco más de la mitad estaba en los Estados Unidos, Japón, Alemania y Francia. Y del total mundial de internautas, el 57 por ciento se hallaba en los Estados Unidos mientras que solo el uno por ciento estaba en Latinoamérica. En promedio, en los países desarrollados, el 30 por ciento de la población tiene acceso a la computación en tanto que en los países en vías de desarrollo, únicamente el dos por ciento lo tiene. En América Latina ese indicador apenas se acerca al 10 por ciento. Del total de 97 millones de habitantes de México, 81 millones no manejan la computadora, y conforman alrededor del 84 por ciento de analfabetismo informático. Hay en dichos países 70 computadoras por cada 1.000 habitantes en tanto que en los Estados Unidos hay prácticamente 600 por cada millar. Y en Bolivia, para dar solo otro ejemplo más, apenas muy poco más del tres por ciento de su población, cercana a los 10 millones de habitantes, tiene acceso a la Internet y tanto como dos tercios de ese total de usuarios son jóvenes urbanos de las clases alta y media.

**La tendencia de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación parece acentuarse, ¿usted qué opina?**

La concentración de la propiedad de los medios de comunicación masiva en pocas manos se ha acentuado en Latinoamérica en elevada proporción tanto en lo transnacional como en lo nacional. En efecto, en 2004 un estudio del Instituto Prensa y Sociedad halló un alto grado de concentración en la estructura de las industrias culturales y de telecomunicación. Verificó que en cada mercado nacional las cuatro firmas principales dominan, en promedio, algo más del 60 por ciento del público y de la facturación. Y puso en evidencia que en varios de los países los grupos económicos más poderosos controlan las empresas de comunicación y que ello conduce a la formación de conglomerados de múltiples medios. Por otra parte, los gobiernos de la

región han venido favoreciendo crecientemente la inversión privada, inclusive en los sectores de la comunicación usualmente tenidos por estratégicos, como la televisión, la radio y las telecomunicaciones. Y, en vez de propiciar la instauración de políticas públicas democratizantes de la comunicación y, como tales, potenciadoras de la participación del pueblo en el proceso de comunicación, no pocos de dichos regímenes están inclusive impulsando la ultraliberal desregulación -preferentemente por medio de decretos, no por leyes- que beneficia a los sectores, internos y externos, que consideran que la mejor política de comunicación es, si posible, ninguna... o aquellas que, reformuladas a conveniencia de sus intereses, contribuyan a mantener intacta su hegemonía en nombre del "libre flujo de la información".



BOGOTÁ, 1970. Beltrán explicando un esquema de organización cuando iniciaba funciones como Representante del IICA en Colombia y Director del Centro Interamericano de Desarrollo Rural y Reforma Agraria.

Lo que he anotado hasta aquí sobre la situación viene contribuyendo fuertemente a forjar, mediante la comunicación mundializada, una cultura masiva y transnacional. Ello tiende a ocurrir, *desfisionomizando* a las diversas identidades de las numerosas culturas propias de Latinoamérica y desplazando así el sentido de nacionalidad a beneficio de la anodina homogeneidad universal en que el mercado impera y prospera mientras languidece el Estado.

Hallo sorprendente y deplorable que semejante conducta se dé por igual en los regímenes conservadores, que son la mayoría en la región, que en aquellos pocos que, hallándose identificados con el socialismo democrático, se consideran progresistas en el sentido de comprometidos con forjar el cambio estructural de la arcaica sociedad para lograr el desarrollo verdaderamente democrático que haga justicia al pueblo. Que yo sepa, hasta el momento ninguno de ellos -Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Ecuador, Uruguay y Nicaragua- han resuelto propugnar, por entendimiento consensual y legal con personeros de la sociedad civil, el establecimiento de una integral Política Nacional de Comunicación que apuntale el cumplimiento de aquella aspiración.

En Argentina, a mediados del gobierno del presidente Kirschner, el colega Washington Uranga señaló que si no se había logrado avanzar en materia de legislación innovadora sobre comunicación había sido porque no existía la voluntad política para provocar el cambio, ya que se prefería mantener la estructura para evitar enfrentamientos con los intereses económicos que dominan los medios. Concordantemente, el colega Guillermo Mastrini anotó que desde el principio era claro que tal gobierno no solo no se proponía revisar las medidas neoliberales de sus antecesores, sino que había tomado disposiciones contribuyentes a consolidar el *status quo* comunicacional. Añadió que había, pues, "mucho ruido y pocas leyes".

En Brasil, José Marques de Melo afirmó que, si bien se habían logrado garantías constitucionales para hacer comunicación democrática, no se habían desarrollado instrumentos legales para aplicar los principios que las fundamentan. Venicio de Lima denunció que, de manera creciente, la formulación de políticas en el sector de comunicaciones tiende a dislocarse del control del Estado hacia los grandes conglomerados transnacionales. Andre Barbosa Filho y Cosette Castro criticaron por incongruente y anacrónica a la legislación sobre telecomunicaciones y radiodifusión y mostraron que la intención de formular una normativa de comunicación integral y adecuada fue frustrada por numerosos obstáculos. Concluyeron su análisis advirtiendo que, frente a un mercado sin reglas o con reglas dispares y ajenas a lo equitativo, el nuevo orden tecnológico imperante actuaría en el país como un tsunami. Y, en efecto, unas propuestas renovadoras que hizo el gobierno del presidente Lula, para contar con leyes para el campo audiovisual y crear un Consejo Nacional de Periodismo, fueron abortadas por la fuerte presión de los medios de comunicación.

Y observaciones semejantes a éstas fueron también planteadas, en el caso de Chile, por Lucía Castellón Aguayo, Víctor Silva Echeto y María Inés de Torres y, en el caso de Uruguay, por Gabriel Kaplún, Roque Faraone y Gerardo Albistur.

Debo señalar que otro fenómeno importante de la situación actual es la proliferación de radios comunitarias a lo largo de la región. Son pequeñas emisoras independientes, ni comerciales, ni estatales, que están financiadas y operadas, especialmente en el ámbito rural, por grupos de voluntarios que, por lo general, no son profesionales de comunicación, para prestar servicios desinteresados a sus conciudadanos. Ahora más que nunca, debido a la disponibilidad de nuevas tecnologías de emisión a bajo costo, la radio es el medio de comunicación masiva al que más acceso tiene el pueblo, no solo en términos de audición de mensajes, sino en los de la producción. Las radios comunitarias constituyen la voz de los sin voz, de los pobres, marginados y, a menudo, oprimidos y explotados, también.

Conscientes de aquello, las minorías gobernantes se empeñan en acallar a las radios comunitarias porque, al ser contestatarias, las consideran necesariamente subversivas. Lo hacen principalmente asegurándose de que la legislación sobre comunicación no permita la instalación y operación de emisoras de ese tipo. O sea, la política vigente de facto es la de prohibir la operación de esas radios que, en su mayoría carentes de licencia estatal para operar, se ven obligadas a hacerlo ilegalmente. Entra entonces en escena la represión -confesa o subrepticia- que no pocos gobiernos desatan contra las comunitarias por cuenta propia y cediendo a la presión de requerimientos del sector radiofónico privado y mercantil.

**¿Sería posible tener evidencias de la represión de los empresarios de este sector, así como de grupos de gobierno en relación con las iniciativas de democratización de la comunicación en las radios comunitarias?**

Unos cuantos de los casos más recientes de represión dan ejemplos del problema:

- En 2005, en Chile el órgano estatal regulador de las telecomunicaciones, SUBTEL, se valió de la fuerza policial para desmantelar algunas de las 200 emisoras comunitarias de ese país.
- En el Brasil de Lula -según lo informó el colega Alfonso Gumucio- es frecuente que la Agencia

Nacional de Telecomunicaciones clausure radios comunitarias apelando a la fuerza policial que daña instalaciones, secuestra equipos y aprisiona a directores y operadores de esas estaciones. Entre 2006 y 2007 solo Río de Janeiro y Sao Paulo cuando menos medio centenar de tales emisoras fueron cerradas con violencia. Un caso notorio en la primera de dichas ciudades fue el de Radio Novo Ar, en el suburbio de Sao Gonzalo, en donde la Policía se llevó los equipos y la clausuraron. Y en la mayor favela de Sao Paulo 65 policías federales, mediante la "Operación Corsario", asaltaron las instalaciones de Radio Heliópolis y causaron destrozos al clausurarla. A fines de 2006, alrededor de 13.500 emisoras comunitarias de todo el país seguían gestionando en vano ante el gobierno central que les otorgara licencia para operar, en tanto que alrededor de dos tercios de los parlamentarios disfrutaban de licencias de radio y televisión. Y, por otra parte, cuando el gobierno tolera la actividad de algunas de dichas emisoras, restringe severamente su alcance al no permitirles más que la ínfima potencia de 25 watts.

- En 2006, fiscales y policías tomaron por asalto las oficinas del Consejo Guatemalteco de Comunicación Comunitaria y secuestraron computadoras y documentos.
- En marzo de 2007, el Ministerio de Comunicaciones de Colombia impuso medidas de censura a las radios comunitarias al prohibirles incluir en su programación expresiones de candidatos, debates políticos y propaganda electoral para comicios que tenía lugar entonces. Lo hizo contraviniendo legislación vigente que reconoce a dichas emisoras libertad de expresión especialmente en cuanto a promoción de la democracia, a la participación popular en el manejo de la cosa pública y al logro de la convivencia pacífica.
- En marzo de 2008, en Sonora, México, periodistas de la emisora comunitaria Radiobemba FM fueron asignados a cubrir en un amplio parque el desalojo policial de ciudadanos que se oponían a la tala de árboles para la construcción de un centro empresarial-cultural. La Policía Municipal fue ruda con tres reporteros y violenta en el caso de una reportera a quien golpearon y despojaron del teléfono celular con que transmitía la información. Impidió la cobertura.
- Y a mediados de abril del presente año, el grupo paramilitar colombiano "Águilas Negras" se valió de

la Internet, soez y reiterativamente, para amenazar de muerte al sacerdote director de la radio comunitaria Ecos de Tiquisio, y a miembros y dirigentes de organizaciones sociales del sur del departamento Bolívar, tildándolos de anarquistas, guerrilleros y bandidos.

### **¿Existen ejemplos positivos, posiciones en defensa de esos movimientos comunitarios?**

Que yo sepa, solo hay en Latinoamérica dos casos de excepción en pro del reconocimiento del derecho de las radios comunitarias a operar.

El primero en Bolivia, donde se consiguió, en 1999, el otorgamiento de frecuencias a las primeras 17 emisoras reconocidas como comunitarias. En 2004, por diálogo conciliatorio en 20 sesiones entre la Dirección General de Telecomunicaciones y agrupaciones de radios comunitarias, se logró la emisión de un decreto que les dio el reconocimiento legal y las habilitó para contar con licencias y frecuencias. Pero el decreto reglamentario, necesario para hacer efectiva la aplicación de dicha determinación, solo pudo ser conseguido, por nuevas negociaciones, en 2004. Sorpresivamente, sin embargo, en 2007 un nuevo decreto general sobre "telecomunicaciones rurales" desvirtuó y debilitó a lo dispuesto en el anterior, en varios aspectos, con limitaciones y cortapisas al funcionamiento de las radios comunitarias. El gestor y promotor principal de esas valiosas realizaciones, ahora malogradas, fue el director del Servicio de Radiodifusión para el Desarrollo de la Universidad Católica, José Luis Aguirre, que era, a la vez, el representante en Bolivia de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC).

En cambio, en Uruguay -país en el que no había políticas propicias a la democratización de la comunicación, no solo durante el largo período de dictaduras militares sino aún en los primeros años de la restauración del gobierno democrático- se logró finalmente en el 2007 -por prolongadas y difíciles reuniones promovidas por varias organizaciones sociales, con apoyo de la AMARC, en pos de un acuerdo con todos los interesados- que la Cámara de Diputados aprobara una completa y excelente Ley de Radiodifusión Comunitaria, que puso fin a la dura oposición que los radiodifusores comerciales habían ejercido.

Constituyen la AMARC como socias 3.500 radioemisoras comunitarias en 118 países de todo el

mundo. Ellas tienen como bases a sus asociaciones nacionales que, a su vez, se agrupan en regionales, como la muy activa y destacada de América Latina. Nacida en Montreal, Canadá, AMARC celebró, al cabo de nueve reuniones a escala mundial, el 25 aniversario de su creación con un encuentro en Colombia en febrero del 2008. Sus participantes emitieron una Declaración que tiene por base a un conjunto de 14 principios para una legislación democrática sobre radiodifusión comunitaria. Se subraya, en el documento, un llamado al reconocimiento por el Sistema Interamericano de Derechos Humanos de dichos principios como un enunciado modelo del derecho a la comunicación y a la libertad de expresión en América Latina y el Caribe. Tal planteamiento bien pudiera probarse un día como un aporte instrumental para la formulación de las integrales Políticas Nacionales de Comunicación.

**Las nuevas tecnologías, en la época de la televisión como expresión de mayor avance, serían utilizadas como instrumentos para democratizar el conocimiento y por consiguiente promover el desarrollo. El proyecto no se ha concretado. ¿La dificultad estaría en la naturaleza de la tecnología? ¿La tecnología encerraría posibilidades emancipatorias?**

La afirmación de usted es evidentemente correcta. La insurgencia de la "Sociedad de la Información", a mediados de la década de 1970, fue proclamada como el mecanismo providencial para que nuestros países superaran la gravísima crisis económica que fueron puestos a padecer al despuntar la era neoliberal y globalizadora, y alcanzaran así el anunciado desarrollo. Más aún, las redes de Internet, de radio y televisión digital y de telefonía móvil fueron tenidas por infaliblemente promisorias de la democratización de la comunicación entre nosotros. Pero, excepto por la ampliación del acceso a la televisión y a la radio comerciales, nada de aquello ha ocurrido.

Más bien, lejos de que el desarrollo fuera logrado, el subdesarrollo se ha agudizado mucho más y ha exacerbado los niveles de pobreza. Según la CEPAL, la gran mayoría de los hogares de nuestra región no tiene ingresos como para acceder al nivel mínimo del consumo de masas.

En cuanto a la democracia, tan ineficaz e injusto ha sido el desempeño de los gobiernos latinoamericanos en cuanto al respeto a los derechos y a la atención de las necesidades de las mayorías postergadas que, según indagaciones de las que informa el Programa

de Desarrollo de las Naciones Unidas, cerca de la mitad de la población prefiere que haya desarrollo económico aun sin democracia. Creo que ello ocurre porque ha perdido la fe en ella. Es que ésta, como ya le decía antes, no sólo que no ha logrado implantar la equidad en la economía sino que ha contribuido a agrandar más la brecha entre los pocos ricos y los muchos pobres.

Y respecto de la comunicación y la cultura, muy lejos de haberse logrado acceso, no digo universal, sino siquiera sustantivo a los nuevos medios, la mayoría de nuestra población está más bien excluida no solo de los sistemas informáticos, debido a la miseria a que está sometida. Baste con tener como indicativo de ello lo que en su estudio, encontraron nuestros colegas Becerra y Mastrini: que, en promedio anual, un ciudadano latinoamericano compra un diario solo en diez ocasiones, asiste menos de una vez al cine, adquiere menos de un libro y compra en el comercio legal medio disco compacto. Que, en cambio, tenga hoy considerable acceso a la televisión no es -a mi modo de ver- consuelo válido, pues se trata del medio no solo más trivial, sensacionalista y a veces hasta indecoroso, sino también del más alienante, desinteresado en el pueblo raso y ajeno a la promoción del desarrollo democrático, especialmente en materia de educación y cultura.

El problema de la tecnología de la Sociedad de la Información no es intrínseco, sino que está en el uso que de ella se hace; es decir, radica en quién la usa, para qué y cómo. Y es evidente que en Latinoamérica sus principales poseedores y usuarios son las minorías gobernantes, que se valen de ella para preservar la dominación interna y robustecer y expandir la dependencia externa. Mientras ello siga siendo así, mal puede tener aptitud emancipatoria. Y de allí que sea necesario cambiar la situación al propiciar la regulación de dicha tecnología mediante integrales y democráticas Políticas Nacionales de Comunicación, formuladas por un diálogo pluralista y consensual, y aplicadas mediante instrumentos y procedimientos legales.

**A la luz de lo descrito, ¿considera necesario y posible el establecimiento de nuevas PNC en nuestros países?**

Sin duda, considero dicha instauración mucho más necesaria que nunca antes porque esa situación es más compleja, más abarcadora y más grave que la que prevaleció en los años 70. Me place compartir esta convicción con compañeros de mi generación rebelde como Antonio Pasquali, José Marques de Melo y Guido

Grooscors. Y me alienta comprobar que ahora aquella es abrazada también por algunos miembros de la nueva generación de estudiosos de la comunicación en mi región, según lo muestran unos cuantos casos salientes.

Valerio Cruz Brittos (Brasil) sostiene que hoy más que antes viene a ser fundamental la adopción de políticas de comunicación nacionales, regionales y globales. Coincide con él José Luis Exeni (Bolivia) al señalar que dichas políticas siguen siendo, incluso más que en su surgimiento hace tres décadas, un ideal deseable, necesario e irrenunciable. Luis Albornoz (Argentina) afirma que es imperiosa la necesidad que tienen los países de contar con políticas públicas, nacionales e internacionales, para democratizar la información, la cultura y la comunicación.

Migdalia Pineda de Alcázar (Venezuela) acota que un proceso de democratización de la comunicación en el contexto actual de globalización requerirá la enunciación de políticas de comunicación, de cultura y de educación.

Martín Becerra y Guillermo Mastrini de Agustina estiman necesario repensar las viejas propuestas que instaban a definir políticas de comunicación y cultura. Concuera con ello Andrés Cañízales (Venezuela), al señalar la conveniencia de que las políticas consideren la diversidad de componentes de cada cultura nacional. Y Octavio Getino (Argentina) sugiere que las nuevas políticas debieran darse en los ámbitos educativo, informacional e industrial tecnológico, articulándolos en los niveles internacional, nacional, regional y local.

Me parece lógico que las políticas que ahora se recomienda implantar tiendan a conservar el espíritu democratizante, justiciero y contestatario de las que fueron propuestas en 1970, pero es obvio que deberán cobrar nuevas formas y definir alcances apropiados a las diferentes realidades de hoy. En línea con este razonamiento, se han dado ya, cuando menos desde fines de los años del 90, algunos planteamientos renovadores importantes.

Luego de hacer algunas apreciaciones críticas sobre aquellas políticas que propiciara la UNESCO, Jesús Martín-Barbero abogó porque las que se necesitan tomen en cuenta la diversidad cultural que caracteriza a cada una de nuestras naciones, así como la construcción del espectro cultural de nuestra región. Y destacó la conveniencia de que las políticas no se conciban meramente como referentes a tecnologías de información y a medios de comunicación, sino que formen parte de políticas culturales tanto en el ámbito público como en el privado de la sociedad civil.

Sin descartar la esencia de las políticas originalmente propuestas al nivel multigubernamental en Costa Rica, en 1976, pero actualizando, ampliando y refinando su enfoque pluralista y participativo, José Luis Exeni propuso forjar "Políticas Públicas para la Comunicación Pública" (PPCP). Expuso pormenorizada y ampliamente este concepto innovador y planteó siete valiosas consideraciones procedimentales para que las políticas de comunicación vuelvan a ser objeto de investigación, materia de enseñanza, motivo de preocupación ciudadana y objeto de decisión pública.

Y, para consignar solo un ejemplo más de la actual reflexión sobre el tema en nuestra región, anoto que Martín Becerra entiende pragmáticamente por políticas de información y comunicación a las estrategias y prácticas de ordenamiento, regulación, gestión, financiamiento y formulación de planes y prospectivas relativas a las actividades infocomunicacionales.

### **Cómo ve la tendencia de aniquilar los propósitos de compartir la información y el conocimiento que parecen generar las TIC y el surgimiento de nuevas utopías sociales, en expresión de Armand Mattelart, para denominar, las cuestiones de diversidad cultural?**

Al cabo de un cuarto de siglo de que la Asamblea General de la UNESCO aprobó el histórico Informe *MacBride*, que recogió y validó los planteamientos del Tercer Mundo sobre el cambio necesario en materia de comunicación, la Organización de las Naciones Unidas ONU volvió a propiciar debates sobre políticas internacionales de información y comunicación al patrocinar la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, que constó de dos periodos de sesiones: uno en Ginebra en diciembre de 2003 y el otro en Túnez, en noviembre de 2005. Al primero, además de delegados gubernamentales y de personeros del sector comercial privado, concurren algo más de 3.000 miembros de cerca de 500 organismos no gubernamentales representativos de la sociedad civil. Pese a esto, la Declaración de Principios y el Plan de Acción que el encuentro produjo proclamaron únicamente la voluntad de dar mayor difusión a las nuevas tecnologías, intensificando la inversión del sector privado. En cambio, al mismo tiempo, la Sociedad Civil emitió una declaración que demanda de la Sociedad de la Información satisfacer las necesidades humanas y no meramente los intereses mercantiles de expansión de infraestructura informativa.

En junio de 2005 se realizó en Brasil la Conferencia Regional Ministerial de América Latina y el Caribe, donde culminó el período preparatorio para participar en el segundo período de la Cumbre de la Sociedad de la Información, que emitió el Compromiso de Río de Janeiro. Significativamente incluye una propuesta de formulación de políticas públicas, específicamente dirigidas a democratizar el manejo de Internet, que actualmente efectúa por su exclusiva cuenta la corporación estadounidense sin fines de lucro conocida por su sigla ICANN.

En ese segundo período de la ya mencionada Cumbre, que se llevó a cabo en Túnez, el debate controversial desembocó en una prórroga de un quinquenio para el funcionamiento de la ICANN. Y, paralelamente, se estableció el Foro de Gobierno del Internet, organismo internacional a ser integrado por representantes de empresas comerciales del ramo, de organismos no gubernamentales e intergubernamentales. Por lo demás, el Programa de Acción de Túnez soslayó la consideración de los problemas y requerimientos expresados por los organismos no gubernamentales, y confirió a los gubernamentales papeles accesorios en cuanto a la expansión de las tecnologías de información y comunicación. Marcó así la prevalencia de la dominación externa global favorable al interés mercantil y a la preservación del *status quo*.

Creo que, pese a esos resultados poco satisfactorios, la importancia de las tres reuniones que acabo de mencionar no debe pasar inadvertida para quienes aspiramos a lograr políticas democratizantes, puesto que el solo hecho de que la ONU haya reabierto el debate internacional sobre información y comunicación, incluyendo a las políticas para ello, constituye un avance.

Algo semejante podemos decir de la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, emitida en noviembre de 2001 por la propia UNESCO que, al definir un año antes lo que entiende por tal diversidad, afirmó que únicamente contando con políticas culturales apropiadas sería posible asegurar la protección de la diversidad cultural creativa contra los riesgos de una cultura única homogeneizada.

En el articulado de la declaración hay muy pocos enunciados correspondientes a la información y a la comunicación en relación con la diversidad cultural. Uno de ellos es que dichas políticas deben crear condiciones propicias para la producción y difusión de bienes y servicios culturales diversificados por

medio de industrias culturales estables y de amplio alcance. Y otro es que los medios tradicionales de comunicación masiva deben tener una actitud pluralista que contribuya a preservar la diversidad cultural, dando paso por igual en su ámbito de cobertura a todas las culturas. Son abundantes, en cambio, en la declaración, enunciados correspondientes al empleo de las modernas tecnologías de información y de telecomunicación en relación con dicha diversidad.

Los Estados miembros no hallaron apropiada esa declaración para contribuir a contrarrestar eficazmente los riesgos a que se halla expuesta la diversidad cultural en el mundo globalizado de hoy. Insistieron, por tanto, ante la UNESCO para que, complementariamente, propiciara la conformación de un instrumento normativo de naturaleza obligatoria. Lo consiguieron en la 33a. Conferencia General de la UNESCO que aprobó en París, en 2005, por amplia mayoría de votos, la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales. Ella da reconocimiento legal al derecho de los Estados miembros a instaurar disposiciones reglamentarias y financieras que protejan, en la jurisdicción nacional y en el ámbito internacional, la diversidad de las manifestaciones culturales, particularmente cuando se hallen en situaciones de peligro.

Por último, no debiéramos desconocer la significación de la reciente constitución a escala mundial de coaliciones en pro de la defensa de la diversidad cultural, formadas por agrupaciones de redes de actores y promotores de la cultura. Existen alrededor de 30 coaliciones, incluidas en Latinoamérica las de México, Colombia, Perú, Chile, Argentina y Uruguay. Las coordina el Comité de Enlace Internacional de Coaliciones para la Diversidad Cultural y ya dieron contribuciones y apoyo a la formulación de los planteamientos de la sociedad civil ante la UNESCO para la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales.

Todo lo reseñado pone en evidencia el hecho de que últimamente ha renacido considerablemente, en la esfera internacional y en la nacional, la conciencia de que hay que retomar el impulso de instaurar políticas de información y comunicación en el encuadre de la cultura. Hemos visto, en efecto, que hay en Latinoamérica la voluntad para ello y la capacidad reflexiva, tanto en plan individual como en esfuerzo colectivo. Se dan ahora al nivel internacional ocasiones de debate constructivo, ya no solo entre

organismos no gubernamentales, sino en instancias gubernamentales nacionales e internacionales. Y, en algún grado así como en distintas formas, las Naciones Unidas, incluyendo a la UNESCO, han vuelto a asumir su responsabilidad en materia de promoción de políticas de información, comunicación y cultura. Contamos ahora con una atmósfera y con varias plataformas para volver, de lleno y sin pausa, a la lucha por los ideales abrazados a partir de la década del 70.

**¿Cuál es su evaluación de la tarea que tienen las generaciones futuras, en la continuación de estos esfuerzos? ¿Los avances alcanzados sugieren una lucha menos ardua?**

Me parece que todo ello es reconfortante, pero no debe inducir a nadie a suponer que la tarea a emprenderse, en definitiva, sea en modo alguno simple y pueda resultar fructífera a corto plazo.

Al contrario, en la era de la Sociedad de Información el poderío mundial que se opone al cambio justiciero es de magnitud descomunal y, sin duda, ha de anticiparse de él resistencia enorme, acerada y tenaz a la instauración de nuevas políticas para democratizar la información, la comunicación y la cultura. Por tanto, el desafío que enfrentan los proponentes del cambio es mayúsculo y solo una sólida, amplia y sostenida unión entre ellos puede habilitarlos para entrar en acción con expectativas de buen suceso.

Forjar tal alianza renovadora es algo que está al alcance de Latinoamérica, mucho más que en los casos de las otras grandes regiones del mundo en vías de desarrollo. En efecto, existen en ella importantes y dinámicas agrupaciones profesionales de comunicación como FELAFACS, que cuenta con algo más de 1.000 facultades afiliadas; ALAIC, que conjuga a los investigadores del ramo; el Secretariado Conjunto de las Organizaciones Católicas de Comunicación; la FELAP, de los periodistas; la rama regional de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la ALER de los radialistas educativos. Igualmente están en la escena prestigiosas entidades internacionales como el CIESPAL (Ecuador), INTERCOM (Brasil), el Instituto Prensa y Sociedad (Perú), y nacionales como el ININCO de la Universidad Central de Venezuela y el Instituto de Investigaciones de la UNAM de México.

Hay, pues, en nuestra parte del mundo una base institucional de excepcional calidad e influencia. Pero, puesto que obviamente ninguna de esas


organizaciones puede asumir el gran reto por sí sola, es indispensable y urgente que todas ellas conjuguen sus recursos humanos y materiales, mediante un Comité Permanente de Coordinación Internacional, encargado de diseñar y ejecutar un Programa Cooperativo Regional de Promoción de Políticas para Democratizar la Comunicación.

**¿Por dónde iniciar?**

Sus objetivos, reiterando lo que planteé en 2005, podrían ser estos:

1. Realizar un inventario-diagnóstico de las características principales de la dominación y la dependencia en materia de comunicación en la región en la era de la Sociedad de la Información, asegurándose de que desemboque en un mapa de la naturaleza de los problemas, del estado de las políticas y de las posibilidades y limitaciones para la acción cooperativa solutoria.
2. Identificar -sistemática, conjugatoria y refinativamente- todas las conceptualizaciones propuestas en la región, en materia de políticas, analizarlas, armonizarlas y sintetizarlas en un planteamiento integral y coherente de bases para la formulación y aplicación de ellas a los niveles regional, nacional y local.
3. Diseñar, a partir de ambos estudios, una estrategia general de acción cooperativa, de horizonte quinquenal, para propiciar la implantación en todos los países de nuevas políticas apropiadas a la realidad actual, cifradas primordialmente en la movilización social para comprometer con la causa a los principales tomadores de decisiones en los ámbitos político, empresarial y periodístico.
4. Divulgar, promover y negociar, a los niveles nacional y regional, la implementación de la estrategia quinquenal de acción cooperativa para la democratización de la comunicación.

**¿Será este audaz y titánico esfuerzo equivalente a reinventar la utopía irrenunciable que animara a los rebeldes pensadores de los años del 70?**

No hay duda de que lo sería, pero -como nos lo enseñara el inolvidable maestro brasileño Paulo Freire- no en el sentido de lo idealista irrealizable, sino en el del proceso dialéctico de denunciar la estructura deshumanizante y anunciar la estructura humanizante. 





## la televisión pública

Perú:

# Políticas de comunicación en la primera década del siglo XXI

**Max Tello**

*Peruano, licenciado en Ciencias de la Comunicación. Máster en Tecnologías de la Información. Consultor de WHO, PAHO, UNFPA, USAID, JHU-CCP, FAO.  
www.maxtello.com*

En el siglo XXI el Perú se levantó convaliente de tres serias dolencias: la crisis política que llegó a niveles de violencia rayando con la guerra civil, la crisis económica, la corrupción y la falta de gobernabilidad producto de una camarilla

*La comunicación no es una actividad exclusiva de periodistas, comunicadores o publicistas... Es un derecho de los seres humanos y los medios tecnológicos deben estar al servicio de la gente.*

enquistada en el poder político. Mirar hacia atrás una o dos décadas y encontrar todo esto puede sonar sorprendente para una persona que llega hoy a Lima y ve una sociedad en rápido desarrollo, pujante y optimista, entregada a la comunicación global y decidida a mirar al futuro. Sin embargo, cabe advertir que muchas de las causas de estas crisis aún persisten en las profundidades geográficas y políticas del país, lo cual no deja de afectar las relaciones entre poder, comunicación y ciudadanía.

Rafael Roncagliolo (1995) dijo que los esfuerzos por establecer políticas democráticas de comunicación, iniciados en los setentas en América Latina, han sido abandonados por los estados. Esta derrota, exacerbada por el liberalismo, se inscribe en una transformación cultural que ha afectado radicalmente la vida política. En realidad, es como si un país abandonase la idea de tener políticas educativas, culturales o de género. Imagínense una educación o una cultura librada a las fuerzas del mercado o relaciones de género libradas a la opinión pública, sus bondades y sus prejuicios.

Las políticas de comunicación no son solo las leyes y normas que en un país regulan los procesos de comunicación, sino los principios que marcan la relación entre Estado, medios de comunicación y ciudadanos. Estos principios, justos o no, pueden conducir las relaciones hacia una gama de opciones que van desde facilitar la expresión e información de los ciudadanos hasta desinformarles y tratar de manipular la expresión de los medios de comunicación.

### **Primero fue la apertura del mercado telefónico**

Los primeros pasos para ajustar las políticas de comunicación a un esquema neoliberal se dieron en los noventa, en el contexto de la privatización de la telefonía.

Al inicio de esta década, el Estado peruano asignó los servicios públicos de telecomunicaciones al

sector privado, reservándose para sí el rol de regulador del mercado y supervisor del cumplimiento de deberes por parte las empresas operadoras. La ley No. 26285 del 12 de enero de 1994 establecía la progresiva desaparición de los servicios de telecomunicación pública de telefonía fija nacional e internacional, estableciendo un período de competencia limitada.

Así, el 16 de mayo de 1994 el Estado peruano, por una parte, y la Compañía Peruana de Teléfonos y la Empresa Nacional de Telecomunicaciones, por la otra, endosaron contratos de concesión a Telefónica del Perú S.A.A.

Pero el período de competencia limitada fue muy corto y era necesario establecer un marco que garantice los estándares y reglas para promocionar la competencia en el sector, entonces se creó la Comisión Técnica de Telecomunicaciones en 1997, por resolución suprema número N° 564-97-PCM.

En agosto de 1998, por Decreto Supremo N° 021-98-MTC, la concesión y acuerdos con Telefónica del Perú S.A.A. fueron modificados, adelantando la expiración del período de competencia limitada y abriendo las telecomunicaciones del Perú al mercado, lo cual promovió la inversión y su desarrollo.

En los años siguientes se emitieron un conjunto de leyes y normas para regular licencias, frecuencias, bandas para telefonía fija y celular, concesiones, etc. Todo en el marco de las políticas para abrir el mercado de las telecomunicaciones, aprobadas por el Decreto Supremo N° 020-98-MTC y publicadas el 5 de agosto de 1998.

### **Políticas de Comunicación y Comunicación Política**

Las Políticas de Comunicación definen el marco de referencia para la dinámica de la comunicación política, donde Estado, medios y ciudadanos establecen sus interdependencias. Aquí se distinguen tres escenarios de interdependencia (Trelles, 2006):

a) Los efectos negativos de las disfunciones del gobierno y de los medios de comunicación que debilitan la estabilidad política y social. Durante el gobierno del presidente Fujimori, la comunicación política se caracterizó por la manipulación del "escenario massmediático, la personalización del poder y de la imagen, la proactividad en la creación de agendas públicas desde el gobierno, una ciudadanía sumisa y una participación ciudadana centrada en encuestas" (Castañeda, 2003, p.43).

Los actos de corrupción y nepotismo van acompañados de ineficacia en la conducción del gobierno. Su soporte a nivel de medios de comunicación es la manipulación de la agenda informativa y ausencia de sustento en la investigación periodística.

"El diario oficial *El Peruano*, junto con la mayoría de diarios existentes durante el gobierno de Fujimori, fueron manipulados desde el SIN con fines políticos, propagandísticos y reeleccionistas (durante su periodo dictatorial)" (Quezada-Paredes, 2008).

b) Confrontación por los resultados adversos, cuando los efectos de los medios de comunicación y del gobierno producen conflictos políticos. Es el caso del presidente Toledo, quien, al no tener una clara política de comunicación, no pudo interactuar eficientemente con los medios ni desplegar el nivel de control que se presentó en el gobierno de Fujimori, lo cual marcó su imagen política y puso en evidencia cada falla o error en su entorno. Esto puede sonar positivo y favorable a la gobernabilidad del país, pero también tiene un efecto en la vulnerabilidad de la democracia, exponiéndola en más de una ocasión a violentos ataques por parte de las fuerzas del autoritarismo.

El actual gobierno del APRA adolece de un eficaz sistema de comunicaciones. El terremoto del 2007 en el sur del Perú demostró la ausencia de una sólida política de informaciones desde el Gobierno.

"Los medios, inicialmente utilizados para proyectar una imagen positiva del Gobierno en el escenario de la desgracia, dejaron más bien al descubierto las imprevisiones y su irresponsable aprovechamiento para repeler las críticas y el clamor de los damnificados..." (Ramos de la Flor, 2008).

c) La interdependencia por los resultados favorables, que sin sacrificar las funciones específicas de la prensa, tanto el gobierno como los medios de

comunicación participan en el orden político y social". Ejemplo, en el gobierno de Alejandro Toledo, los medios de comunicación recuperaron libertad para el ejercicio profesional. Se publicaron nuevos diarios como *Correo, Perú 21* o *La primera* cuyos editoriales incisivos orientaron las opiniones del ciudadano.

### Participación de la sociedad civil

El poder no se pide, se gana, se conquista, y así las Veedurías Ciudadanas de la Comunicación Social germinaron en varios países de América Latina. En Perú, desde 1999, la ONG *Calandria* patrocinó la Veeduría - [www.veeduria.org.pe](http://www.veeduria.org.pe), que es un observatorio mediático en el que una red de ciudadanos voluntarios vigilan y debaten con los medios sobre ética y desarrollo. La misión de la Veeduría es la "evaluación permanente sobre la calidad y el desempeño público de los medios y contribuyen a una mejor educación de la sociedad peruana a través de los medios".

La Veeduría, un proyecto visionario dirigido por Rosa María Alfaro, va a ser trascendental en el proceso de producción de la Ley de Radio y Televisión.

### Discusión sobre la comunicación pública

El año 2002, el entonces ministro de Educación del presidente Toledo, Nicolás Linch, levantó la cuestión relativa a la posibilidad de conversión de los medios electrónicos de comunicación del Estado -en forma concreta *Radio Nacional* y *Canal 7*- en medios de comunicación públicos del Perú. Esta discusión suscita cada cierto tiempo declaraciones y acciones de los políticos. Esto hubiera sido una gran oportunidad para que estos medios públicos sirvan de lugar de encuentro para los distintos segmentos de la sociedad (Perla, 2006). Finalmente, nada o poco ocurrió.

Pero, ya antes, en el 2001, durante el gobierno de transición del Dr. Valentín Paniagua se efectuaron cambios estructurales en el manejo de la radio y televisión estatal del Perú. Un entusiasta trabajo de Quezada y Paredes describe esta etapa tan *sui generis*: "Desde la conformación del directorio de IRTP (Instituto de Radio y Televisión del Perú) donde no había nadie vinculado al Ejecutivo, éstos eran designados por el Ministerio de Educación. Se convocó a profesionales con experiencia en medios de comunicación, sin vinculaciones políticas, personas del ámbito cultural independiente y se trabajó con jóvenes para la producción de una programación que abarcara los distintos aspectos de la realidad nacional

en la que vivíamos. Se reconoce esta época principalmente por la autonomía con la que se dotó al canal..." (Quezada-Paredes, 2008). Visto en perspectiva, es lo que correspondía a una etapa de transición después de una brutal manipulación de los media por el SIN durante el gobierno de Fujimori, pero el espíritu del *paper* de Quezada y Paredes me dio esperanzas en una nueva generación de analistas de la comunicación comprometidos con el cambio.

El gobierno de Alejandro Toledo continuó por un año con esta política. Entonces empezó un nuevo momento en el proceso de modernización de la gestión del Estado, con Decreto Supremo N°009-2003-PCM, se adscribió al IRTP al sector Presidencia del Consejo de Ministros. El poder ejecutivo manejaba nuevamente de manera directa los medios estatales y nombró una nueva administración del IRTP con personas experimentadas en radiodifusión privada y se planteó un canal neutral, de servicio público, orientado al debate, con una línea plural y objetiva. Esto se manifestó en una gama de programas periodísticos de diferentes posiciones, mostrando una pluralidad no recordada en la televisión peruana.

Pero claro, no es que se tratara de televisión pública, eran medios estatales, gubernamentales, dedicados a mantener una apertura. Más tarde, cuando el gobierno de Toledo enfrentaba el cargamontón de la oposición, esta apertura no tuvo más remedio que reducirse y los medios estatales se alinearon a las necesidades gubernamentales. Lo mismo ha sido reproducido por el actual gobierno del APRA.

Visto en perspectiva, y a la luz de las nuevas tecnologías, me imagino qué flaco favor haríamos a las organizaciones de la sociedad civil invitándoles a organizar su programación en un canal de televisión y estación de radio con la herencia de sucesivas burocracias, con la típica actitud de oficina estatal, temerosos de las decisiones del poder y con poco o ningún compromiso con las diferentes causas sociales que abundan en el país.

En estos tiempos de televisión digital e Internet, las organizaciones sociales tienen la oportunidad de desarrollar sus propios medios de comunicación usando tecnologías de bajo costo y alcanzando audiencias nacionales y globales.

### **Nueva Ley General de Telecomunicaciones**

Estando en Lima por unos meses, entre una y otra misión de campo, recibí el encargo de la Facultad de

Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres de elaborar un *paper* que fuera un aporte de la Universidad para la nueva ley de radio y televisión que entonces se discutía. A estas alturas del siglo XXI me acordé de la reflexión de Roncagliolo sobre los 30 años de discusión de este tema y traté de ponerme en el espíritu de gentes que no habían vivido las discusiones del Nuevo Orden ni de las Políticas de Comunicación.

Así que me hice una pregunta básica: ¿quién controla la televisión en los Estados Unidos? Era la forma de decirles a los políticos, basado en evidencia, que las políticas de comunicación no solo eran posibles sino necesarias (Max Tello, 2004). Entonces me sumergí en los recovecos de la Comisión Federal de Comunicaciones y en sus impensables y espartanas regulaciones de las comunicaciones en el *big brother*. Presenté mi *paper* un par de veces en el Congreso, y en la Comisión encargada de desarrollar la ley fue bien recibido. Percibí su interés y entiendo que fue de utilidad.

El 16 de julio del 2004 vio la luz la Ley 28278, que estableció el nuevo marco para el desarrollo de la radio y televisión en el Perú. Entre otros aspectos, esta ley regula la clasificación de servicios, la participación extranjera, la proyección de los servicios de transmisión, el Consejo Consultivo de Radio y Televisión, las obligaciones económicas por transmisión y las sanciones en caso de faltas. Esta regulación fue aprobada por medio del Decreto Supremo N° 005-2005-MTC del 15 de febrero del 2005.

La Ley 28278 fue el resultado de un múltiple esfuerzo ciudadano llevado a cabo desde el año 2001 tras la corrupción en el sector televisivo durante la década de los 90. Para llegar a la actual norma legal se barajaron más de 20 proyectos en el Congreso de la República. Al ser producto de una larga negociación, la ley finalmente promulgada no ha satisfecho completamente las expectativas de nadie. Pero, es un paso adelante y expresa la base de posibles realizaciones de mejor desarrollo del sector.

La ley define la radio y la televisión como servicios privados de interés público. Se refiere a la radio y televisión en el concepto tradicional, no en el contexto de las nuevas tecnologías digitales y *online*.

### **Algunos avances de la ley**

En el artículo 7, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones convoca a Audiencias Públicas

Descentralizadas cuando menos dos veces al año, para atender consultas y recibir propuestas que contribuyan al mejoramiento de las actividades de radiodifusión.

Las Audiencias Públicas no se orientan a injerir en el contenido de la programación.

El artículo 46 de la Ley reconoce el derecho de acceso comercial equitativo a la radio y la televisión de los candidatos participantes en un proceso electoral.

La Ley ordena al servicio de radiodifusión estatal que ejercite el principio de equidad informativa y de pluralismo de opiniones.

La Ley crea el Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), integrado mayoritariamente por representantes de diferentes sectores de la sociedad civil: uno del Gobierno, y nueve miembros de diferentes sectores privados: dos del ámbito de la radiodifusión, uno del académico, uno de los consumidores, dos de los medios de prensa, uno del ámbito publicitario, uno del de educación y uno de las organizaciones civiles. La norma estableció que este nuevo órgano administrativo solo actuará como una instancia consultiva del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y en áreas muy específicas. Nada remotamente comparable con la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos. Este ente de composición pluralista y democrática tiene una estructura muy simple, semejante a la del actual Consejo Nacional de Cinematografía (CONACINE), creado por la Ley 26370 de 1994. Pero aunque las atribuciones que se otorgan al CONCORTV son pocas, bien aprovechadas podrían servir para el mejoramiento integral de la radio y la televisión de señal abierta.

"La Ley de Radio y Televisión establece diversos mecanismos de consulta y de participación de los ciudadanos mediante audiencias públicas ordinarias y extraordinarias, acceso permanente a la información actualizada del portal del Ministerio, presentación de quejas y otros, encaminados a establecer de una manera distinta la relación entre los operadores de medios electrónicos, el público y el Estado. Esta variación sustancial en la composición de los actores de la comunicación social puede ser útil y productiva solo si se tiene conciencia de su utilidad y si el órgano representativo de los ciudadanos ante el Ministerio, es decir el CONCORTV, actúa cotidianamente como punto de confluencia entre todos" (José Perla 2005, pag. 115).

*La ley peruana de radio y tv incluye a todos los sectores: empresarial, universitario, gubernamental, pero no olvida al principal, a los consumidores, constitutivo elemental de los medios.*

La Veeduría Ciudadana de la Comunicación observa los siguientes problemas en la Ley:

- No coloca restricciones o límites a la inversión extranjera (artículo 24).
- El Poder Ejecutivo sigue con todo el poder posible (en general). El Consejo debe ser autónomo para impedir la influencia política de turno.
- Fusión de empresas al 40 por ciento es oligopolio (artículo 22).
- La renovación de licencias sigue siendo automática (artículo 15).
- No aparecen prevenciones ni sanciones contra la corrupción y la venta de libertad de expresión; no es causa de suspensión de licencia; no hay obligación de transparencia informativa sobre ingresos y egresos económicos.
- No hay defensorías del televidente ni del oyente.

### **Decisiones sobre tecnología**

A lo largo de la primera década del siglo XXI, en Perú se ha procurado regular los servicios de satélite y las nuevas tecnologías como la Internet y la televisión de alta definición.

El Decreto Supremo N° 022-2005-MTC (publicado el 24 de agosto del 2005) regula el correcto desarrollo de proveedores de servicios de satélite, siguiendo las tendencias en regulaciones y acuerdos internacionales.

La Ley N° 28493, del 12 de abril del 2005, regula la publicidad electrónica no solicitada o SPAM a través del correo electrónico.

Cuando llegué al Perú a mediados del 2008 me sorprendió encontrar una vieja discusión: qué estándar tecnológico decidir. En esta ocasión el tema era la televisión digital, y claro, la discusión era que la tecnología no era neutral y todo lo demás. Las opciones eran las reconocidas por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT): Advanced Television System Committee (ATSC, norteamericano), Digital Video Broadcasting (DVB, europeo) e Integrated Services Digital Broadcasting (ISDB, japonés).

Me recordó las historias de la televisión a color, los formatos de videocinta y los formatos de video digital. Hoy las discusiones giran en torno a la capacidad de *multicasting* del sistema europeo, las ventajas del sistema japonés para equipos móviles y los requerimientos de ancho de banda del sistema americano. Como en anteriores debates, todos los productores coinciden que tarde o temprano los sistemas se igualarán en capacidades tecnológicas, y esta discusión no será más que una discusión por un mercado en su momento inicial.

## Nuevas tecnologías, nuevos desafíos

No me molesta decir que el tema de las políticas de comunicación ha sobrepasado la capacidad de pensar y actuar de los políticos y las decisiones políticas. Las nuevas tecnologías están más allá de la imaginación de la mayor parte de nuestros decisores y lo que puedan normar en más de una ocasión no va a poder alcanzar la capacidad de la tecnología de actuar sobre la realidad global.

Otro espacio de demandas a repensar en cuanto a las políticas de comunicación es el de la transformación de los medios. Rafael Roncagliolo describió agudamente el movimiento de primacía de los electrónicos, los desplazamientos de los impresos y la transformación del consumo cultural que significa el cable. Esto ha sufrido una rápida revolución. Es muy acertado seguir las tendencias del mercado para entender los cambios en el poder, dúos y tríos, incorporando teléfono, cable e Internet nos muestran la tendencia a una vida refugiada en la privacidad. Cada día me sorprende al trabajar en casa con las cosas que antes me hubieran tomado meses de idas y vueltas a bibliotecas y centros de documentación, mi actividad social, de participación y discusión es cada



vez más mediada por *facebook* y me pregunto qué políticas de comunicación permiten esto y cuáles son las consecuencias para la sociedad y la política.

A lo largo de los últimos 15 años he realizado mi trabajo de comunicador por el mundo. Hace una década, un nuevo medio apareció en la lista de mis clientes, el *website*. Afortunadamente nunca me tocó hacer nada impropio ni muy escandaloso. Lo más subversivo fue uno para introducir la anticoncepción de emergencia en un país y otro para promover la legalización del aborto. Pero lo que sí sé es que este medio escapa a todo control.

La experiencia me ha enseñado que lo más práctico es utilizar servidores de grandes compañías como *geocities* o *yahoo*, los cuales tienen extraordinarios estándares de seguridad, y desde allí dirigirme a audiencias globales o localizadas en alguna parte del mundo. Luego, las políticas *framework* de estos *Web* no son las que emanan del gobierno peruano, sino probablemente de la *Federal Communications Commission*, o finalmente de ninguno, ya que los servidores son cientos de espejos instalados en diferentes partes del mundo y si por alguna razón de control uno deja de operar el usuario no nota la diferencia.

El futuro mediático inmediato es medios corriendo por la Internet, y la Internet corriendo por el cable y los canales de la televisión digital satelital. Es la nueva generación del matrimonio entre informática y telecomunicaciones. Ya hablaba de ello hace 30 años. Poco pueden hacer los países del sur para controlar estos flujos. Eso es una ventaja extraordinaria. Hace unos meses estaba viviendo en Zimbabwe, todo el discurso de la oposición a Mugabe corría a través de la Internet y el gobierno estaba absolutamente desarmado ante esta realidad. Otro "nuevo canal": SMS por los teléfonos celulares.

Lección aprendida, los nuevos medios han abierto espacios de respuesta y control desde la sociedad civil impensables diez años atrás. Confieso a mis casi 50 que muchas de las opciones de participación y respuesta que veo hoy en día eran impensables cuando empecé mi vida de maestro universitario, y eso me da una gran esperanza en la capacidad de las próximas generaciones de recrear un país más integrado y democrático.

Cuando veo la oferta de cable de Perú realmente me sorprende, con los canales de noticias nacionales 24 horas donde uno puede ver en directo el juicio al

presidente Fujimori, canales transmitiendo los debates del Congreso de la República en directo, horas de horas, aburridísimas, pero que permiten el acceso de los interesados a información que antes era reservada a un reducido grupo de periodistas y visitantes. Los dos mega eventos internacionales auspiciados por el Gobierno del Perú en 2008 fueron realmente megamedia-eventos, con intensa cobertura en televisión, Internet, prensa y radio.

*Internet ha hecho que las legislaciones sean revisadas. Otro impacto es el uso de la telefonía celular: la movilidad y la facilidad de uso, marcan la preferencia de aplicaciones.*

Otro extraordinario reto de la década venidera será la globalización de la educación *online*. No más educación tradicional, basada en una carpeta, viajando horas a una escuela limitada por los recursos locales. La educación media, técnica y profesional será *online* y las escuelas valdrán por su calidad intrínseca y no por la validación que pueda darle el Ministerio de Educación de un país específico. Esto es completamente válido en la universidad inglesa, con marcado éxito de sus ramas *online* basadas en todo el mundo. Será el reto de los próximos años de la educación en latinoamérica. Gracias a su libertinaje con el software Perú ha sido un país de avanzada en procesos informáticos y varios proyectos de esta naturaleza germinan en la iniciativa privada.

Una de las últimas acciones de Bush antes de dejar la Casa Blanca fue firmar el Tratado de Libre Comercio con Perú, premio a los múltiples esfuerzos de nuestra economía de alinearse a los requerimientos del *big brother* y realmente una hazaña para un país que hace una década se debatía en crisis, falta de gobernabilidad y violencia. No suelo sentirme orgulloso de nuestras relaciones con el vecino del norte, pero hay que reconocer que fue una expresión del cambio cultural que se está produciendo en el país.

Como dirían los comentaristas de fútbol, estamos aprendiendo a tener capacidad resolutive. Lo que me pregunto es cómo se va a solucionar la contradicción entre Tratado de Libre Comercio y los millones de DVDs y *software* piratas que circulan en el país. La decisión política lógica sería reprimir este mercado, lo cual sacaría del acceso a bienes culturales a gran parte de los segmentos B, C y D de la población. Sin contar con la casi imposibilidad de controlar la producción en cada esquina del país, estoy casi seguro que DVDs "made in Perú", sobrecitos de papa a la huancaína y ocopa en polvo, *software* de la avenida Garcilaso y jugo de ceviche pre elaborado están en las preferencias de los casi tres millones de peruanos que viven en el extranjero, vienen de visita al país y vuelven a sus nuevos hogares en ultramar.

En la primera década del siglo XXI, ni los actores políticos ni los medios de comunicación canalizan con eficiencia las demandas sociales. Mientras Lima y algunas provincias festejan el boom de desarrollo del país, en las provincias del sur, la sierra sur y la selva se viene cultivando un extenso malestar producto de la falta de acceso a los beneficios del desarrollo y la incapacidad de expresar su voz con suficiente fuerza e impacto a través de los canales políticos y mediáticos. La comunicación política presenta fallas y produce la desconexión entre el gobierno y la sociedad civil.

Los medios de comunicación construyen una realidad paralela que muchas veces, por su carácter simbólico, genera nuevos significados, resaltan acciones políticas disfuncionales y hace visibles las falencias comunicativas del gobierno.

Una eficiente relación política en la comunicación podría estar determinada, por un lado, por medios orientados por los principios democráticos y éticos, un Consejo de Radio y Televisión con mayor iniciativa, mecanismos de autorregulación, capacidad de intervención y de repensar las posibilidades de los nuevos medios para contribuir al desarrollo del país; por el otro lado, por gobiernos que respeten la libertad de prensa, muestren transparencia en la gestión y promuevan una comunicación política eficiente.

## Referencias:

Castañeda, Marisol. "Relaciones entre Estado y sociedad civil en el proceso de transición. Balance de los modelos de comunicación" en Castañeda, M. y Alfaro, M. (ed). *¿Concertación o vigilancia? Relaciones entre Estado y Sociedad Civil*. Perú: Calandria. 2003.

Anaya, José Perla. *La Ley de Radio y Televisión*. Análisis y comentarios. Lima: Asociación Calandria. 2005.

----"Medios Públicos para Espacios Públicos en una era de grandes cambios" en *De lo estatal a lo público. Medios: ¿de quién y para qué?* Lima: Calandria. 2006.

Quezada, Alicia y Paredes, Rina. "Hacia medios públicos en el Perú, una ruta histórica compleja" en *De lo estatal a lo público Medios: ¿de quién y para qué?* Lima: Calandria. 2006.

Ramos de la Flor, Jorge. *Las políticas de comunicación y su aporte a la seguridad nacional*. Universidad Nacional Federico Villarreal (Online) Disponible en: <http://www.unfv.edu.pe/site/willana/politicas.html>. 2008.

Roncagliolo, Rafael. "De las políticas de comunicación a la incomunicación de la política" en *Nueva Sociedad* Nro. 140 noviembre - diciembre 1995, pp. 102-111 Lima: 1995.

Tello, Max. "¿Quién controla la televisión en los Estados Unidos?" (Online) Disponible en <http://www.maxtello.com/links.htm>. 2002.

Trelles Cruz, Martín Eduardo. "Medios de comunicación y gobernabilidad. Escenarios de interdependencia en la comunicación política" *UNIrevista* - Vol. 1, n° 3. Lima: Universidad San Martín de Porres. 2006.



# Pégalo AQUÍ!



Venezuela:

## Necesarias políticas de comunicación

**Andrés Cañízalez**

Venezolano, periodista, coordinador Programa Comunicación Política y Libertad de Expresión, UCAB.  
acanizal@ucab.edu.ve

En América Latina, durante la década de los años 70 y 80 fue notorio el empuje de las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Organismos internacionales, funcionarios de alto nivel en los gobiernos y académicos coincidían en la necesidad de implementarlas. Tras un período en el que

*Las PNC deben procurar rescatar los riesgos culturales propios y enfrentarlos a la globalización, así se marcará la diferencia entre la unificación y masificación de contenidos.*

prevalecieron las tesis del mercado, en la región, la llegada del siglo XXI vino de la mano de nuevos gobiernos con un discurso marcadamente social e inclusivo. Sin embargo, se ha carecido en los últimos años de un reimpulso de las PNC, que, ajustadas a esta época, sean también el espacio de debate sobre lo comunicacional en un marco democrático y pluralista.

### **La política no tuvo su fin**

De forma insistente se hizo ver que con el advenimiento del fenómeno globalizador y su inserción cada vez más cotidiano en muchos de los espacios de interacción social, estábamos ante el fin de la política y, en consecuencia, del Estado. "Convertida en ideología, en pensamiento único, la globalización -proceso histórico- se ha vuelto *globalismo*, o sea imposición de la unificación de los mercados y reducción al mercado de las discrepancias políticas y las diferencias culturales. Al subordinar estos dos escenarios de la diferencia a una sola visión de la economía, lo político se diluye y el Estado parece casi innecesario" (García Canclini, 1999: 50). La desaparición del Estado también fue decretada desde los organismos financieros multilaterales, en directrices que llegaron de la mano de ayudas económicas, en el caso de América Latina tras la crisis de la deuda externa de los 80, que si bien en el fondo evidenció el agotamiento de modelos estatistas-rentistas, ante esta realidad se colocó como única opción el desmantelamiento del aparato estatal y no su necesaria reforma.

Entretanto, hemos conocido a lo largo de la década pasada y a inicios de la actual un proceso global en la cual se produjeron grandes fusiones empresariales con implicaciones en las economías de diversos países, así como la cada vez mayor difusión transnacional de producciones simbólicas y el frecuente uso de franquicias en la producción local, por ejemplo de televisión, todo ello unido a claras orientaciones sobre lo que deben hacer o no los países, bien sea por parte de organismos financieros o de gobiernos como el de los Estados Unidos. Esta

conjugación de factores, resumidos a grandes rasgos, nos evidencian que la globalización "no apunta precisamente al final de la política, sino simplemente a una *salida de lo político* del marco categorial del Estado nacional" (Beck, 1998: 15). Es decir, en todo este proceso nunca se ha dejado de actuar políticamente, pues en el fondo, tanto las transacciones financieras como la difusión mediática implican construcciones políticas, en tanto son formas de intervención en lo público, en la sociedad. Cabe recordar que la comunicación no es simplemente objeto para una política, sino un escenario primordial para que la política encuentre espacio de desarrollo simbólico, pues a través de los medios se puede representar un vínculo entre los ciudadanos (Martín-Barbero, 2001).

"Los *media* han pasado a ser un espacio crucial en la configuración del espacio público y de la ciudadanía misma -decimos crucial para señalar que no se trata de un fenómeno nuevo, pero sí intenso y sustantivo-, tanto por el peso que ahora tienen para gravitar en la definición de las agendas públicas como para establecer la legitimidad de tal o cual debate" (León, 2002: 2); con este peso determinante que tienen en la vida social sería incomprensible que desde un punto de vista estatal y ciudadano no se fijen políticas, justamente, en un espacio de relacionamiento que ha transformado nuestra forma de entender lo político, tal como lo recalca el propio León (2002: 2) al señalar que "la predominancia de los medios de comunicación, respecto a otras instancias de mediación social -partidos, gremios, iglesias, establecimientos educativos, etc.- es tal que éstas para prevalecer recurrentemente, precisan apoyarse en aquellos".

Paralelamente, en el plano de las representaciones y configuraciones políticas, la globalización, en cuanto expresión de una concepción liberal, ha remarcado "la difusión a nivel mundial del modelo democrático como ideal de organización de la *polis* representa el triunfo de la creencia (y de la experiencia) de que los derechos de las personas, la libertad individual y las aspiraciones de igualdad de la gente, así como la

mejor forma de gobierno compatible con el desarrollo de la economía capitalista, reside en un sistema multi-partidario y competitivo" (Brunner, 1999:28).

Si bien las modernas modalidades de interacción económicas y comunicacionales, gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, prácticamente prescinden de las tradicionales relaciones con el Estado-nación, en tanto espacio geográfico concreto delimitado territorialmente, para nada han dejado de ser políticas. Son, justamente, más políticas en la medida en que el discurso que la sustenta persigue debilitar políticamente a la figura del Estado, al tiempo que se enaltece al mercado. Con Beck coincidimos en señalar que asistimos al fortalecimiento de una ideología, el globalismo, "concepción según la cual el mercado mundial desaloja o sustituye al quehacer político; es decir, la ideología del dominio del mercado mundial o la ideología del liberalismo" (1998: 27).

*Las PNC deben incorporar  
a todas las herramientas  
tecnológicas para que  
se dé una verdadera  
inclusión comunicacional  
de los actores y consumidores.*

En realidad, sociedades como la venezolana requieren no de la suplantación del Estado, sino de *hacer* Estado, en la medida en que existen grandes brechas sociales que se expresan también en el acceso a las nuevas tecnologías de información, a la par que se evidencian falencias en el entramado legal que brinden herramientas para el ejercicio de los ciudadanos en su interacción cultural y comunicacional. La construcción de ese Estado, que facilite y propicie la participación ciudadana, surge precisamente de un quehacer político democrático. Se trata de insertar lo plural y diverso que coexiste en el plano social y mediático, dentro de políticas emanadas del Estado.

A la par de la necesidad de hacer Estado, el proceso histórico concreto en el que vivimos nos reta a imaginar opciones que trasciendan al ámbito meramente nacional, pues efectivamente, en medio de un proceso como la globalización se movilizan

decisiones políticas, recursos económicos y producciones simbólicas con gran facilidad, "la globalidad nos recuerda el hecho de que, a partir de ahora, nada de cuanto ocurra en nuestro planeta podrá ser un suceso localmente delimitado, sino que todos los descubrimientos, victorias y catástrofes afectarán a todo el mundo y que todos deberemos reorientar y reorganizar nuestras vidas y quehaceres, así como nuestras organizaciones e instituciones, a lo largo del eje local-global" (Beck, 1998:30).

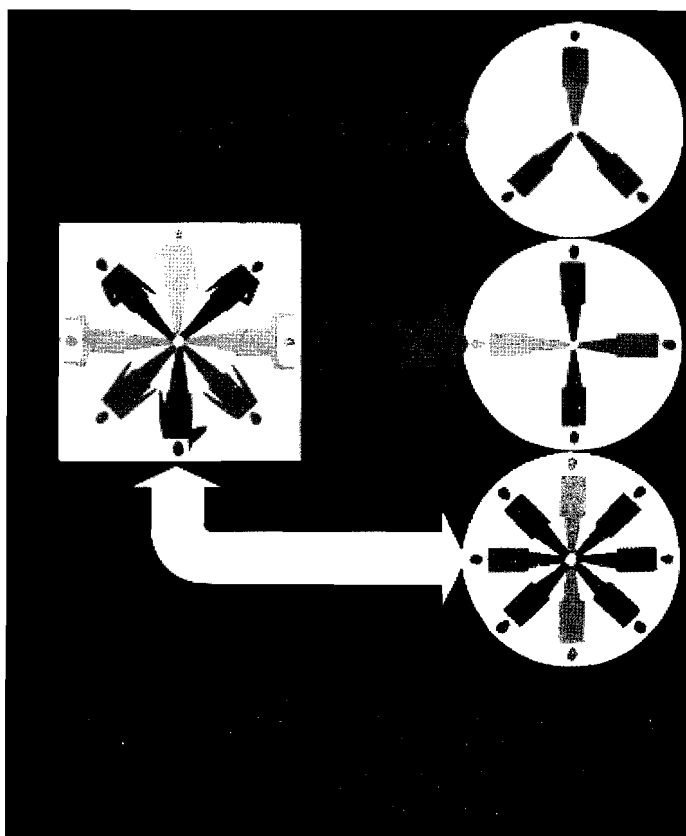
El nuevo escenario requiere de opciones amplias que por un lado involucren a las conocidas instituciones y organizaciones, pero al mismo tiempo den cabida a nuevas expresiones y actores sociales, que en muchos casos tienen ámbitos de incidencia que trascienden lo local. "Acostumbramos hablar de espacio público y esfera pública como ámbitos identificados en el territorio de cada nación, y pensamos qué pueden hacer en ellos los partidos políticos, sindicatos y movimientos sociales del propio país. Pero, según acabamos de ver, lo público se ha desdibujado especialmente y hoy debemos re-concebirlo con imágenes de circuitos y flujos que trascienden los territorios" (García Canclini, 1999:53).

### **Políticas para construir ciudadanía**

En América Latina se conoció, a lo largo de los años 70 e inicios de los 80, un importante debate sobre las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Estas medidas fueron, en su momento, duramente atacadas por las empresas privadas del sector y evidenciaron, en muchos casos, contradicciones dentro del propio sector oficial, por falta de voluntad política y también por niveles de descoordinación administrativa en la estructura de nuestros Estados. Hoy, al plantear nuevamente la necesidad de políticas públicas en el sector comunicacional, es indispensable una mirada crítica sobre las PNC, porque así como hemos planteado la necesidad de una nueva óptica para mirar los procesos emanados de las industrias culturales, también se requieren planteamientos igualmente nuevos para no repetir errores del pasado y dar cabida a nuevas realidades en el presente.

Peter Schenkel, quien en su momento se dedicó al estudio de la temática, apuntaba hace dos décadas (1981:17) la dificultad de definir una PNC, especialmente porque la comunicación está presente en todos los sectores "igual en la agricultura que en la industria y en todos los niveles, tanto en el plano ejecutivo, como legislativo, global y local y se manifiesta a nivel colectivo e individual". Sin embargo,

el mismo autor apela a lo que se considera la definición clásica que fue aportada por el boliviano Luis Ramiro Beltrán, y que define a una PNC como "un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas de comunicación armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de la comunicación en un país". De esta PNC, que marcaría las líneas maestras, deberían emanarse reglamentaciones y disposiciones legales. Por otro lado, las PNC colocaban en un primer orden la necesidad de planificación, con lo cual se pretendía "ordenar el sistema de comunicación de acuerdo con las necesidades prioritarias de la sociedad" (Schenkel, 1981:16). Una muestra de esta orientación está recogida en el libro *Planificación y Comunicación*, de Bordenave y Carvalho (1978).



En tanto, resulta particularmente valioso, al identificar los factores en juego en relación con las PNC, un artículo publicado por Jesús Martín-Barbero (2001), el cual nos servirá de guía para esta breve pero necesaria revisión de las políticas a la luz de las dinámicas sociales actuales. En buena medida, en las experiencias de generar PNC en América Latina, confluyeron gobiernos y especialistas (tanto del aparato oficial como académico y también de redes

internacionales, tal es el caso de la UNESCO) y aunque las propuestas en su sentido más amplio perseguían garantizar los derechos de las mayorías en su relación con los medios de comunicación, en la práctica los gobiernos identificaron esta dinámica con una mayor presencia gubernamental en el espacio comunicacional. Estos fines, que se movieron en niveles paralelos, evidentemente debilitaron la finalidad de las propuestas, porque desde lo gubernamental no existió capacidad para entender que la apuesta debería ser por un espacio ciudadano, no necesariamente oficialista, en el universo *massmediático* nacional.

Esto se relaciona con un segundo aspecto, que fue de carácter restrictivo, las PNC se limitaron al Estado, a la esfera gubernamental, obviando que en el *hacer Estado*, por el que hemos abogado con anterioridad, se debe partir de una lógica incluyente. Tras la revisión de aquellas experiencias se puede concluir que en la construcción de políticas públicas se cruzan factores como esfera estatal, ciudadanos, mercado, instituciones, partidos políticos y vida cotidiana. Al mirar el contexto en el que nos movemos en la actualidad, debemos resaltar que "no conviene dejar estos asuntos solo en manos de políticos y empresarios, dado que tienen que ver con derechos humanos básicos y con la comunicación y comprensión entre naciones. Implican a la educación como formadora de la mirada sobre los diferentes, y a la política cultural donde se seleccionan patrimonios y se excluyen otros, se transmiten discriminaciones o se ayuda a apreciar lo diverso" (García Canclini, 1999: 55).

La generación de estas propuestas, durante los años 70 y el debate que le siguió durante los 80, se hizo desde arriba, desde la máxima jefatura del Estado en muchas ocasiones, y se partía de que al tener una buena intención (garantizar los derechos de la ciudadanía) eso en sí podría generar la apropiación ciudadana. Este último aspecto resultaba crucial para una viabilidad a largo plazo de lo propuesto (que quedó básicamente en el papel), especialmente si recordamos que las PNC fueron duramente atacadas desde las empresas privadas del sector comunicacional.

Finalmente, las PNC adolecieron, justamente, de lo que criticaron: la concepción de lo nacional en estas propuestas pasó por ver a la nación como una, desde un punto de vista cultural, con lo cual se dejó

fuera lo diferente, lo otro, lo que siendo distinto también formaba parte de lo nacional. Esta visión repetía la homogeneización cultural que precisamente se criticaba, y con razón, por la dominante presencia en nuestras pantallas de producción audiovisual estadounidense.



Hoy, es válida la revisión de lo que fue la propuesta de PNC, pero cuando hablamos de Políticas Públicas concebimos la posibilidad de prácticas incluyentes, en las que se abra el horizonte de representación diversa en la construcción de lo cultural nacional, y ello en la práctica puede estar garantizado por distintos niveles de participación ciudadana en el proceso de concebir, diseñar y ejecutar planes en el sector comunicacional. Una política pública no podría reducirse, en el contexto actual, a garantizar difusión y ampliar la recepción, que aún cuando pueda ser de mensajes concebidos desde otra óptica cultural serían igualmente unilaterales. Es por ello que con Martín-Barbero coincidimos en resaltar la necesaria activación de ejes que desde los distintos escenarios sociales pasen por la experimentación, la apropiación y la invención por parte de los ciudadanos en una relación dialogante con el universo comunicacional, ante el cual -hasta ahora- sólo han tenido la posibilidad de recibir. Esto requiere que la comunicación sea desplazada desde los medios hacia la mediación y

reconocimiento sociales y en ello estas políticas públicas deben partir de que el Estado, los ciudadanos, el mercado, son parte de la sociedad, así como partidos políticos, movimientos y organizaciones sociales, y que no es solo una cuestión de involucrar a instituciones, sino también de mirar la cotidianidad. (Martín-Barbero, 2001)

Adicionalmente, no debe pasarse por alto que el poder de la industria comunicacional, que en la última década vivió fusiones y adquisiciones por montos sin precedentes, puede ser comparada, en relación con su impacto en la economía actual, "con la industria siderúrgica de la segunda mitad del siglo XIX, o a la del automóvil, en los años veinte del siglo XX" (Ramonet, 2002: 22). La realidad, que puede aparecer apabullante, en verdad constituye un reto para que desde espacios compartidos por actores estatales, académicos y ciudadanos se confluya en la generación de nuevas políticas públicas.


Un autor como Néstor García Canclini ha visualizado las razones que justifican políticas públicas en el sector comunicacional, en tiempos de globalización, a la par del necesario componente ciudadano en la generación de las mismas. Un artículo suyo (2001) publicado, justamente, en Venezuela, nos sirve de referencia para ampliar el horizonte de debate. Las industrias culturales (IC), en su sentido más amplio, lo cual incluye al sector de los medios de comunicación como tales, son -como hemos dicho anteriormente- determinantes en la formación de la esfera pública y de la ciudadanía, este nuevo papel sociopolítico, que se ha acrecentado en la medida en que otros mediadores políticos e institucionales se han debilitado, requiere de que se actualicen políticas, se revisen viejas leyes y se creen nuevas legislaciones. Esto, evidentemente, en un marco de participación ciudadana y debate público.

Las IC han pasado a ocupar, como también lo señalamos, un lugar prominente desde el punto de vista económico. Su impacto es importante en las economías de la actualidad y este elemento las convierte, en sí mismas, en un asunto de interés público. Se legisla sobre la industria energética, o sobre el sector automotor, entonces por qué no podrían debatirse políticas públicas en materia de comunicación, uno de cuyos pisos debería ser la promulgación de normas legales. Sin embargo, como se está ante un asunto estratégico, no solo desde una óptica económica, sino principalmente cultural, el Estado debe conocer de la mejor manera posible la temática sobre la cual generará políticas y leyes, por

tanto es indispensable la investigación, previa a cualquier decisión política, a fin de desarrollar acciones adecuadas.

Adicionalmente, los Estados tienen una deuda con los medios de carácter público, que bajo administraciones oficiales se han convertido o en espejo exclusivamente de la voz gubernamental o en expresiones fallidas que intentan repetir las fórmulas comerciales de los medios de carácter privado. Para estos medios deben promoverse políticas que busquen reforzar su rol "como espacios para alimentar el debate amplio, plural y abierto a las diversas perspectivas, ideas y expresiones culturales de la sociedad" (León, 2002: 2).

Desde América Latina, y con mayor fuerza aún si tomamos en consideración que el español es idioma común en la región (con excepción de Brasil), es imprescindible generar políticas públicas que vayan más allá del escenario nacional y que en realidad apunten a la concertación de medidas políticas y disposiciones legales entre los diferentes países, en un marco incluyente, desde el punto de vista social, y comprensivo del proceso de globalización, desde una perspectiva política. Necesaria articulación con lo transnacional y con una concepción de Estado que vaya más allá de lo gubernamental.

Al igual que Martín-Barbero, García Canclini resalta la promoción de lo propio, la generación y apropiación de expresiones culturales, que desde lo nacional no impliquen necesariamente un cierre de fronteras para lo foráneo, sino opciones que, sustentadas debidamente, enriquezcan un abanico de ofertas de lo nacional. Una política pública en materia cultural-comunicacional no es exclusivamente un asunto jurídico, sino expresión concreta de una voluntad de promoción para el desarrollo, que además de representarse en decisiones de Estado o apropiaciones sociales puede también hacerlo en un texto legal. Y la tarea más importante de una ley o decreto oficial es crear las condiciones para que la ciudadanía se apropie de ese texto y lo convierta en puerta franca para nuevas oportunidades de desarrollo. 

### Referencias:

Beck, Ulrich. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós. 1998.

Bordenave, Juan y Carvalho. *Planificación y Comunicación*. Quito: CIESPAL. 1978.

Brunner, José Joaquín. *Globalización cultural y posmodernidad*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica. 1999.

García Canclini, Néstor. *La Globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós. 1999.

---- "¿Por qué legislar sobre industrias culturales?", en: *Nueva Sociedad* Nro. 175. Caracas: Editorial Nueva Sociedad. 2001.

León, Osvaldo. "Hacia una agenda social en comunicación", en *América Latina en Movimiento*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información, Nro. 353, 23 de mayo. 2002.

Martín-Barbero, Jesús. "De las políticas de comunicación a la reimaginación de las políticas", en *Nueva Sociedad* Nro. 175. Caracas: Editorial Nueva Sociedad. 2001.

Ramonet, Ignacio. "Los señores de las redes", en: *Le Monde Diplomatique*. Madrid, Edición Española de Le Monde Diplomatique, mayo 2002.

Schenkel, Peter et al. *Políticas Nacionales de Comunicación*. Quito: CIESPAL. 1981.



América Latina:

# ¡La utopía está más viva que nunca!

**Carlos A. Camacho Azurduy, PhD(c)**  
*Boliviano, comunicador, docente universitario y coordinador de Formación Profesional del CIESPAL*  
ccamacho@ciespal.net

## La comunicación se vive, se ejerce

No se puede negar que mucho de lo que se reflexiona e investiga en el campo de la comunicación, responde a pasiones que despiertan las "modas" teóricas. En un contexto colmado de impresionantes tecnologías y

*Las leyes de comunicación se están configurando en toda América Latina: Argentina, Bolivia y Ecuador, son países donde se discuten y se proponen cuerpos jurídicos que democraticen la tenencia de los medios.*

otros fenómenos globalizados y globalizantes, las utopías se desvanecen en las aulas universitarias y en los trabajos finales de graduación, pero siguen vigentes en las prácticas de miles de mujeres y hombres que a lo largo de América Latina dan su vida por una comunicación más justa y solidaria.

La democratización de la comunicación es una lucha histórica de nuestros pueblos, que en la actualidad muestra su pertinencia y relevancia a partir de un hecho concreto que se visualiza en la experiencia de trabajo alternativo, popular, comunitario, ciudadano, educativo: *el reconocimiento de la comunicación y la información como derechos humanos*, y no simplemente como procesos, estrategias, instrumentos y/u operaciones para el logro de determinados objetivos.

Ello implica un cambio de paradigma que transfigura el fondo y la forma de cómo pensamos y hacemos de la comunicación nuestra opción de vida; cómo creamos y favorecemos espacios para el ejercicio del derecho humano a la comunicación y el derecho humano a la información desde la vida cotidiana; cómo facilitamos y favorecemos el ejercicio pleno de estos derechos a partir de acciones dialógicas y de encuentro en la diversidad, en el conflicto.

Precisamente esto se produce en el marco de un proceso de cambios estructurales, que se lleva a cabo en y desde el protagonismo de las sociedades latinoamericanas de principios de siglo, y que trae consigo el germen de una *revolución simbólica: la democratización de la sociedad* a partir de procesos de *comunicación horizontal* (Beltrán, 1979), que muestran su clara -aunque no única- opción por pobres, excluidos, marginados, por los "nadies" y los "ninguneados".

Por lo tanto, no es de extrañarse que en varios países de América Latina -como Bolivia y Ecuador, especialmente- se esté transformando, de forma estrictamente participativa e incluyente, la estructura misma del Estado desde una profunda revisión que fija los límites y define las relaciones entre los

poderes estatales y la ciudadanía, y le garantiza derechos y libertades que durante años les fueron negados, usurpados.

En esa dirección se encuentra el reconocimiento, en el reciente texto constitucional de ambos países, del derecho humano a la comunicación y la información, que más allá de constituirse en un acto jurídico de gran envergadura, es un movimiento político trascendental que reconoce y otorga *poder* al ciudadano, a la ciudadana de a pie, para dirigir, controlar y orientar su propia vida, en función de intereses y necesidades ya no sólo personales, sino también sociales y culturales, en función de beneficios comunes.

Las utopías -aquéllas que durante años nos ayudaron a caminar a muchas generaciones de científicos sociales, comunicadores, periodistas y trabajadores de los medios- con la bandera de Luis Ramiro Beltrán y otros comunicólogos latinoamericanos, tienen hoy las condiciones históricas más apropiadas para plasmarse en acción.

Ahora que somos capaces de (auto)cuestionar(nos) y construir desde realidades pluriculturales e híbridas, que se trasladan en diversos planos y realidades, que no dejan de moverse dinámicamente hacia distintas direcciones, necesitamos, en la teoría y en la práctica -el dicho y el hecho- un giro de timón: ya no podemos seguir pensando los problemas comunicacionales desde/con la misma batería de preguntas, con ese andamiaje epistemológico y teórico que creímos nos iba a conducir a mejores niveles de vida. Pero, sobre todo, requerimos de una profunda actitud de apertura y quiebre, que nos lleve a recuperar/rescatar la comunicación de los medios y de las tecnologías, y devolverle su sentido humano y revelador para nuestra vida digna en sociedad.

### **Actores y circunstancias**

Uno de los ámbitos temáticos más importantes sobre el que se estructura uno de los principales planteamientos de la Escuela Latinoamericana de la



Comunicación, es precisamente el de las **Políticas Nacionales de Comunicación** (PNC), en el contexto de la búsqueda de condiciones favorables para la *democratización de la comunicación* y por esta vía coadyuvar en la *democratización de la sociedad*.

Su tratamiento inicial se dio a inicios de la década del setenta, cuando la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), autorizó a su Director General a ayudar a los Estados-Miembros en la formulación de políticas relativas a los medios masivos de comunicación, tomando en cuenta la experiencia acumulada en el caso de las políticas culturales. En esa década, ésta se convirtió en la entidad internacional que lideró e impulsó el tratamiento del tema en la región, a partir de una figura clave: el comunicólogo Luis Ramiro Beltrán.

En ese marco, cabe destacar la *Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe*, realizada en San José de Costa Rica (1976), como uno de los hechos internacionales de mayor envergadura y trascendencia en el abordaje de la temática. En esa oportunidad, a partir de un documento de trabajo elaborado por Beltrán (1974), se puso de manifiesto que éstas debían concebirse en el contexto de la realidad de cada país, de la libertad de expresión y del respeto a los derechos humanos individuales y sociales.

Uno de los hitos históricos en cuanto al reconocimiento de las PNC fue precisamente el Informe MacBride -también conocido como "Un solo mundo, voces múltiples"-, donde la Unesco propuso a través de una Comisión Internacional de trabajo, en 1980, los principios, acciones y puntos en los que debería basarse un Nuevo Orden Mundial de la Información y Comunicación (NOMIC). Una de las cinco líneas de actuación del Informe en referencia a la creación del NOMIC fue precisamente el planteamiento de PNC en cada uno de los Estados, consideradas éstas como el enlace de la comunicación con las metas globales del desarrollo.

El mencionado Informe, que promulgó aspectos concernientes al ejercicio del derecho humano a la comunicación y a la información, resultó ser incompatible con los intereses económicos de los países "desarrollados" -especialmente, Estados Unidos- y la, consecuente, eliminación de los desequilibrios mundiales causados por el monopolio en el campo de la comunicación y la información. De este modo, a fines de los años 80, la Unesco olvidó los principios del

Informe MacBride y volvió al debate previo (1946-1970): el papel de los medios de comunicación en los países en desarrollo.

Así, el enfoque teórico y el tratamiento de las PNC, que tuvieron un gran impulso desde este organismo internacional, fueron prácticamente sepultados en las bibliotecas de los centros académicos y en los sueños de miles de comunicadoras y comunicadores que veíamos en éstas los mecanismos políticos y legales que podían favorecer o aportar a la democratización de la comunicación.

La década de los 70 fue, sin lugar a dudas, la de mayor producción intelectual pero la de menor resultados prácticos en cuanto a la formulación e implementación de Pnc, a lo que debe sumarse que éstas tuvieron una presión contraria desde diversos frentes, tales como la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), que vieron en la consolidación de esta propuesta una amenaza potencial a sus intereses económicos y políticas privatizadoras (del capital, de la palabra).

### Contribuciones del maestro

De acuerdo con Alejandro Alfonso (1998: 23), Beltrán ya mostró interés por los temas sobre el planeamiento y elaboración de las PNC como instrumento para el desarrollo desde 1955, cuando fue contratado por el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas (IICA) y, posteriormente, en sus estudios de maestría y doctorado bajo la inspiración de teóricos de la comunicación para el desarrollo (Schramm, Berlo, Lerner, Pye y otros).

*Se debe reconocer que la propuesta de Luis Ramiro Beltrán aún está vigente en nuestra región. Es la oportunidad de concretarla y hacer de la democracia una realidad cotidiana*

A inicios de los años setenta, Beltrán formó parte del Programa Internacional de Investigaciones sobre

Comunicación (1971), de la Unesco, donde incluyó en la agenda el tema de las PNC, a las que definió inicialmente como "serie de normas establecidas para orientar la acción de los órganos de comunicación".

En 1974, por encargo del mismo organismo internacional, el boliviano ordenó la reflexión en el documento intitulado *Las políticas nacionales de comunicación en América Latina*, en el que planteó uno de los aportes conceptuales más importantes hasta nuestros días en referencia al tema. Ahí, justamente, precisó el concepto en función de que sea insumo de trabajo para la Reunión de Expertos sobre la Planificación y las Políticas de Comunicación en América Latina (Bogotá, 1974) y, posteriormente, para la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en América Latina y el Caribe (Costa Rica, 1976):

Política Nacional de Comunicación es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas parciales de comunicación, armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidos a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo del proceso general de comunicación de un país.

Además del aporte a la reflexión teórica sobre la *planificación de la comunicación para el desarrollo* -que se sustenta, según Beltrán, en tres instrumentos primordiales: política, estrategia y plan, los mismos que determinan las operaciones a ejecutarse por programas y proyectos, conducentes a trazar comportamientos para el logro de determinados propósitos- vinculada al desarrollo humano y a la democracia, Beltrán participó en el diseño de políticas de comunicación, tanto globales como sectoriales, en diferentes países de América Latina, tales como Venezuela (1975), Bolivia (1977) y otros.

Con el comunicólogo boliviano (1993) aprendimos que la política, como mandato, es un "conjunto de principios, normas y aspiraciones", del cual se deriva un "conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos" (estrategias) que para ser ejecutadas requieren una serie de planes: "conjunto de descripciones para regir operaciones".

En la esencia que da sentido al planteamiento, la utopía que sirve para trazar sendas nuevas: la comunicación bajo el enfoque de derechos, necesidades y recursos, a través de la formulación de la *comunicación horizontal* (Beltrán, 1979), considerada como "el proceso de interacción social democrática

que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación."

Estos planteamientos siguen inspirando a comunicadoras y comunicadores que, alrededor del mundo, sentimos, pensamos y trabajamos en procesos de comunicación con orientación democrática, centrados en el ser humano, capaces de coadyuvar en la construcción de otro(s) mundo(s) posible(s), a través de una ciudadanía organizada con altos niveles de responsabilidad y compromiso.

En esta línea, destaca el aporte de José Luis Exeni (1998: 98-99) que, sobre la base del aporte teórico de Beltrán, planteó la noción de *Políticas Públicas para la Comunicación Pública* como:

- a) un conjunto de principios, normas, aspiraciones y respuestas racional y deliberadamente adoptados;
- b) para orientar, mediante procesos de estimulación positiva o negativa, en el marco de objetivos previamente establecidos de predicción-decisión-acción, los procesos de transmisión e intercambio de información;
- c) información referida a intereses y objetivos colectivos, en función de situaciones y problemas socialmente considerados -en un lugar y tiempo determinados- de reproducción o cambio social;
- d) destinados a promover o revitalizar las representaciones colectivas y otorgar sentido y evaluación a la acción social organizada;
- e) considerando como sujeto (fuente) y objeto (destinatario) al Estado, la sociedad o ambos, y cuya implementación es definida por la estructura estatal.

Éste, al igual que muchos otros planteamientos innovadores, puede ayudar a reubicar y replantear la necesidad y viabilidad de las PNC -o el nombre más apropiado con el que se quiera nombrarlas- en la coyuntura que vivimos en Latinoamérica, en función de seguir caminando -de la mano de las utopías- hacia la democratización de la comunicación. Ya se registran significativos avances en los principios legales fundamentales sobre los que descansa la organización de algunos Estados. Veamos a continuación.

### **Políticas de comunicación: Bolivia y Ecuador**

Tanto Ecuador como Bolivia avanzaron, casi de forma simultánea, en un proceso histórico constituyente, que llevó a estos países de la región andina a formular una

nueva Constitución Política del Estado, cuyo texto fue redactado por una Asamblea Nacional y aprobado en referendo con un voto aprobatorio que alcanzó el 63,9 por ciento y un 61,4 por ciento, respectivamente. En el primer caso, la flamante CPE entró en vigor el 20 de octubre de 2008 y, en el caso boliviano fue promulgada el 9 de febrero de 2009.

En esta norma jurídica fundamental de ambos Estados, se reconoce y garantiza, por primera vez en la

historia, la comunicación y la información como derechos humanos, más allá de la perspectiva centrada exclusivamente en la libertad de expresión. De ahí que, en ese marco, se plantea un conjunto de derechos y libertades como sustento para la formulación e implementación de PNC con espíritu democrático, tales como:

- Libertad de expresión, de opinión y de información, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, de forma oral, escrita o visual, sin censura previa.
- Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa.
- Acceder libremente a la información generada en entidades públicas o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas, además de interpretarla, analizarla y comunicarla libremente.
- Información precisa y fidedigna para usuarios y consumidores sobre los contenidos y características de los productos, bienes y servicios públicos y privados que consuman y utilicen, respectivamente. Acceso, conocimiento y aplicación de tecnologías de información y comunicación, así como su incorporación en el proceso educativo.
- Creación, gestión, administración y fortalecimiento de sistemas, medios y redes de comunicación social,



©Juan Manuel Pedraza

<http://www.flickr.com/photos/11609497@N00/2199990422/sizes/o/>

de carácter público, privado y especialmente de carácter comunitario en igualdad de condiciones y oportunidades.

- Garantía de la cláusula de conciencia, el secreto profesional y la reserva de la fuente para los que laboren en cualquier actividad de comunicación e información.
- Rectificación, réplica o respuesta de cualquier persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas.
- Protección de datos de carácter personal (hábeas data).
- Garantía a las trabajadoras y los trabajadores de la prensa, la libertad de expresión, el derecho a la comunicación y a la información.

Así como un conjunto de directrices o cursos de acción en esta línea:


- Producción y difusión de formas alternativas de comunicación y programas educativos plurilingües y en lenguaje alternativo para personas viviendo con discapacidad, que permitan su inclusión.
- Prevalencia de contenidos informativos, educativos y culturales en la programación de los medios.
- Participación para promover la formación ciudadana e impulsar procesos de comunicación.
- Incentivos y estímulos para que los medios de comunicación promuevan, apoyen, desarrollen y

financien actividades culturales.

- Respeto a los derechos de imagen e integridad de niños, niñas y adolescentes.
- Inviolabilidad y secreto de la correspondencia física y virtual.
- Los medios de comunicación social deberán contribuir a la promoción de los valores éticos, morales y cívicos de las diferentes culturas del país.
- La información y las opiniones emitidas a través de los medios de comunicación social deben respetar los principios de veracidad y responsabilidad. Estos principios se ejercerán mediante las normas de ética y de autorregulación de las organizaciones de periodistas y medios de comunicación y su ley.
- Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.
- El funcionario público debe guardar secreto respecto a las informaciones reservadas, que no podrán ser comunicadas incluso después de haber cesado en las funciones.
- La participación y el control social implica la generación de un manejo transparente de la información y del uso de los recursos en todos los espacios de la gestión pública. La información solicitada por el control social no podrá denegarse, y será entregada de manera completa, veraz, adecuada y oportuna.

La Constitución ecuatoriana perfila un *sistema de comunicación social* -conformado por instituciones y actores públicos, privados y comunitarios-, que asegurará el ejercicio de los derechos de la comunicación, la información y la libertad de expresión, y fortalecerá la participación ciudadana. En ese ámbito, el artículo 384 reconoce que el Estado formulará la *política pública de comunicación*, con respeto irrestricto de la libertad de expresión y de los derechos de la comunicación consagrados en la Carta Magna y los instrumentos internacionales de derechos humanos.

En abril de este año, el CIESPAL promovió un espacio democrático de diálogo para articular esfuerzos de distintos actores sociales, así como propuestas para un trabajo conjunto hacia la construcción democrática de una propuesta de ley de Comunicación en el Ecuador.

**Epílogo:** Luis Ramiro, la utopía que encarnaste no sólo nos ayuda a caminar, es ahora razón de lucha, sentido de vida, práctica cotidiana. 

## Referencias:

Alfonso, Alejandro. "Las políticas de Comunicación en América Latina como inspiración de Luis Ramiro Beltrán", en *A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*. Sao Paulo: Unesco-Umesp, 1998, pp. 21-30.

Beltrán, Luis Ramiro. Las políticas nacionales de comunicación en América Latina. Documento de trabajo para la Reunión de Expertos sobre la Planificación y las Políticas de Comunicación en América Latina. Bogotá: Unesco, 1974, pp. 23.

---- "Un adiós a Aristóteles: La comunicación 'horizontal'", en *Punto Cero*, N° 15, II semestre 2007, Cochabamba, Bolivia, pp. 71-91. El artículo original en inglés corresponde al año 1979, cuando fue requerido del autor por la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, Unesco.

---- "La salud y la comunicación en Latinoamérica: políticas, estrategias y planes", en *Por una política de comunicación para la promoción de la salud en América Latina: conclusiones de la Reunión del Comité Asesor sobre Políticas de Comunicación Social en los Ministerios de Salud Pública para la Promoción de la Salud*. Quito: Unesco, 1993, pp. 29-81.

Exeni, José Luis. "Repensar las políticas de Comunicación: bases para la planificación de la comunicación en la década del noventa en el horizonte de la influencia del pensamiento de Luis Ramiro Beltrán", en *A trajetória comunicacional de Luiz Ramiro Beltrán*. Sao Paulo: Unesco-Umesp, 1998, pp. 41-51.

---- *Políticas de Comunicación. Retos y señales para no renunciar a la utopía*. La Paz: Plural, 1998, pp. 206.

MacBride, Sean, et.al. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. México, Fondo de Cultura Económica, 1993, pp. 269.

República de Bolivia. *Constitución Política del Estado*. Asamblea Constituyente, Honorable Congreso Nacional, Referéndum Constituyente. La Paz: 2009, pp. 54.

República de Ecuador. *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: 2008, pp. 212.



David Guzmán Figueroa

Omar Rincón:

# Sin tapujos

**César Ulloa Tapia**  
*Ecuatoriano, comunicador,  
docente y periodista.*  
[cesarulloa77@yahoo.es](mailto:cesarulloa77@yahoo.es)

Caminante, sin lugar a dudas. Sus criterios y reflexiones recorren los espacios académicos de Latinoamérica mediante su intervención en foros, seminarios y clases, como panelista y profesor invitado en varias universidades. Para muchos, Omar Rincón es irreverente, ya que pone en cuestión y también

*"La academia necesita reinventarse. Las carreras de comunicación y periodismo han fracasado en la producción de narradores mediáticos, cuando no en la formación de críticos de la realidad."*

cuestiona el papel de los medios, las escuelas y facultades de periodismo, bajo un lenguaje que combina rigor, humor y una fina ironía. Sus publicaciones giran en torno de la influencia de los medios en la articulación de las prácticas cotidianas. En los últimos años, el catedrático colombiano ha reiterado que vivimos en la sociedad del entretenimiento, el espectáculo y la vida ligera. Para ahondar sobre estos temas conversó con la Revista Chasqui.

**¿Qué considera, cuando algunos de los críticos de los medios dicen que: "lo que no se ve, no existe..."?**

La afirmación, en comienzo, es cierta, ya que las visibilidades mediáticas son esenciales en el mundo contemporáneo. Si embargo, esa visibilidad perdió el monopolio de la representación de la sociedad, pues la fragmentación de la esfera pública de algunos grupos es otra. Hay otras esferas en las que la gente participa bajo otras dimensiones como el celular, el *Youtube*, etc. Hay otras esferas que no están en la mediática, como los grupos indígenas, y tienen un lugar importante. Hoy en día, hay que estudiar dónde uno quiere verse.

**¿Se puede considerar que gran parte de la construcción de la realidad es el resultado de la tele-realidad?**

Nuestros presidentes son un ejemplo. Algunos presidentes de la región son mejores actores que gobernantes, sin embargo la televisión generalista está perdiendo el monopolio, pues vivimos mundos paralelos. La tele-realidad es cuando se vive experiencias que no son existenciales, ni físicas.

**¿A qué se debe que el consumo cultural de los medios está concentrado en la mayor parte en la televisión, si hay varias maneras de disfrute individual y colectivo?**

La televisión monopoliza el espacio del tiempo libre. Nadie se ha puesto a estudiar el hecho que la

televisión no le cuestiona al ciudadano en nada. Le dice, en otras palabras, que cada uno es un rey. La televisión, por otra parte, tiene una capacidad de ganarse el tiempo libre, que no tiene la prensa. Además, reemplaza la oferta cultural del Estado, sin embargo no hay que perder de vista otros usos y consumos culturales como el celular o la Internet.... La Internet, el celular y la televisión comparten el uso del tiempo libre. La marca del consumo cultural es el entretenimiento y no los grandes valores de la cultura.

**Pero, curiosamente vivimos criticando la telebasura, entonces, ¿qué sería lo más recomendable: cambiar la TV o aprender a mirarla con mayor criticidad?**

Decimos que la televisión es basura, porque permite que todos nos sintamos inteligentes, ya que se puede ser crítico y propositivo. El hecho de que la gente hable de telebasura, no quiere decir que no la disfrute. Incluso, hay programas que los veo porque los odio. Después de 23 años, no se forma críticos de la televisión. Mi propuesta es que la gente no se puede quejar tanto, porque ahora es más fácil producir. Formémonos como productores para presentar en *Youtube*, por ejemplo.

**Desde la academia, ¿qué acciones se pueden crear y legitimar para proponer un ámbito mediático que se acerque más a la población?**

La academia necesita reinventarse. Las carreras de comunicación y periodismo han fracasado en la producción de narradores mediáticos, cuando no en la formación de críticos de la realidad. Hay que volver a formar a los comunicadores más en la producción. Habría que hacer tres cosas, como dice Jesús Martín-Barbero: a) el comunicador debe pensar con su propia cabeza, b) el comunicador debe tener qué decir, y, c) el comunicador debe ganarse la escucha de la gente.

**¿Por qué si los medios de comunicación son tan criticados en varios países de la región, mantienen altos niveles de rating en diferentes programas y**

**no han perdido audiencias, como tanto se dice y se cree?**

Los periódicos no circulan tanto como se dice. El mundo de la prensa parece importante, pero entre un cierto público. La radio está fragmentada por el número de oyentes, y en la televisión la gente huye de los canales generalistas y ve televisión especializada. La gente, por otra parte, está consumiendo otro tipo de medios. La gente sufre porque no tiene espacios para reunirse.

**El celular, por ejemplo, ¿qué lugar ocupa en este contexto?**

El celular tiene dos elementos. Hace que todos podamos estar conectados, por lo cual la gente se siente parte del mundo; y, por otro lado, permite la construcción de comunidades, además de generar una producción de subjetividades. Entonces, el celular permite estar dentro, ser sujeto y parte de una comunidad. En Ecuador, el celular permitió el fenómeno de *Los Forajidos*. Ninguna televisión e Internet han generado revoluciones sociales. Inclusive, en África el celular funciona como banca móvil.

**Se dice que la cultura y la educación no son agentes de éxito en la programación de los canales de televisión. ¿Qué tanto hay de cierto en esta hipótesis?**

En 50 años tenemos apenas dos programas educativos. Por otra parte, la televisión sí puede ser educativa y cultural, pero no la podemos hacer bien. La televisión educativa funciona bien, pero dentro de una lógica educativa. Hay canales especializados en cultura. Queremos seguir educando a la gente en la casa, pero hay que cambiar de formas.

**Antes se habló de vivir en una sociedad de la imagen, mientras que ahora se habla de otra digital, ¿esto, qué significa?**

Giovanni Sartori habló del *Homo Videns*, debido a que el mundo de las imágenes sustituyó al mundo de los conceptos, pero nosotros no hemos vivido el mundo de las imágenes, todavía. Todo el tiempo estamos hablando de lo escritural y auditivo. Cuando se habla de la digitalización, el debate pasa por la conexión con la Internet y el celular. Pasamos de una comunicación de la expresión a otra de la conexión. La comunicación, más que un lugar de comunidad, es un lugar de conexión.

**Sin embargo, bajo el uso y potenciación del uso de las tecnologías hablamos de la pérdida de socialización primaria, del repunte de fenómenos como la individuación, ¿cómo se puede entender este fenómeno?**

Siempre ha pasado esto. Hoy todo el mundo dice que las relaciones sociales se acabaron. Las nostalgias de los tiempos pasados, hay que mirarlas con las nostalgias de los tiempos futuros. Hay que aprender a vivir con otras lógicas. Por ejemplo, cuando envío un mensaje por celular y digo "te amo", puedo lograr una serie de efectos diferentes.

*"La comunicación, más que un lugar de comunidad, es un lugar de conexión."*

**En este sentido, ¿hay una crisis de valores o más bien un excesivo cúmulo de valores como dice Fernando Savater?**

Hay una gran nostalgia de los valores, sin que sepamos los buenos y malos valores de antes. Esta nostalgia nos lleva a buscar algo que tenga valor. Existe en la sociedad actual una crisis de sentido de vida. Por ejemplo, alguien asiste a un concierto, pero sale vacío. Estamos en una crisis donde hay proliferación de actitudes "new age". Hay una falta de producción de sentidos imaginados. La nueva era lo resuelve, la televisión lo intenta resolver con los realities, los *talk shows*...

**¿Cómo puede alterar la digitalización de la vida desde el aspecto de la producción televisiva?**

La producción televisiva debe variar, pero esto sucederá con una nueva generación. En qué cambiará: habrá más canales, pero menos dinero para la producción. Hay que hacer televisión de acuerdo con grupos específicos como, por ejemplo, para las personas que usan celular. Además, habrá otro tipo de formatos, donde pueden desaparecer las novelas, etcétera. La publicidad, por ejemplo, en televisión debe cambiar.

### ¿En qué medida, la televisión, depende de la prensa?

Ya no hay dependencia de un medio sobre otro, pues hay una especie de interdependencia. Nadie sabe quién imita a quién. La radio no hace investigación. En la forma de contar, la televisión es muy mala narrativamente porque cuenta a manera de prensa. La expectativa es la dramaturgia de la televisión, pero repite lo que dicen la prensa y la *lead*.

### ¿Hasta qué punto los medios son el segundo poder, como manifiestan personajes como Ignacio Ramonet, más allá que estemos o no de acuerdo con esta aseveración?

Los medios deberían ser el contrapoder, pero son el lugar del entretenimiento y de la "egoteca", donde todos salimos para masajear el ego. Uno puede observar los rostros de la gente cuando sale en televisión. No creo que los medios tengan tanto poder, pues Hugo Chávez, Evo Morales y Lula no estuvieran en el poder. Los medios tienen un valor social, pero no que la gente les otorgó. La mayor "mediocracia" pasa por el entretenimiento y la ficción. Hoy en día sabemos que estar informado no agrega mucho, pues uno no ve la televisión y vive feliz. Parte de mi mal genio no es la información que se produce, sino lo mal que los periodistas están haciendo el oficio de contar, comprender, preguntar.

### ¿Qué significa que los actores políticos comunican más, pero gobiernan menos?

Los periodistas creyeron tener un ego muy grande, pero los nuevos actores políticos, presidentes de la región, saben enfrentar a los medios y a la vez invierten mucho dinero en publicidad. Hoy no se cubre a un presidente, sino a una *celebrity*. Es decir, se informa sobre las cosas que hace el candidato, pero no se genera debate político. ¿Qué nos quedará en América Latina, cuando salgan los actuales presidentes que instauraron un nuevo modelo de comunicar?

### ¿Si los medios de comunicación son menos acartonados y más lúdicos, su papel podría ser más interesante?

Hay que hacer un buen periodismo. Contar historias. Se necesita mayor investigación. Es necesario diversificar formatos, donde se juegue con el humor. No podemos vivir a punta de entrevistas. Vivimos con "opinionitis".

### ¿Hay la muerte de la primicia?


Es más importante contar bien, que contar primero. El periodismo es una especie de chisme público.

### ¿Cuál es el futuro de los medios públicos?

Son una necesidad, debe haberlos; pero en América Latina hay medios gubernamentales y no públicos. El gran debate es cómo crearlos para sentirnos parte de algo. Los Estados deben fomentar el derecho a la comunicación. Deben tener una autonomía financiera, autonomía en gestión, deben tener un proyecto y presencia permanente de la gente.

### ¿Debe haber regulación en los contenidos de los medios?

No creo en la regulación impuesta, sino en la regulación de cada medio, Por ejemplo, que pongan los diez puntos a los que apuestan. No digo, códigos de ética. Cuando hablo de puntos, por ejemplo, me refiero a la inclusión democrática, infancia, etcétera. Además cuando un gobierno decide que debe consumir algo, es un acto religioso, no democrático.

Cada respuesta de Rincón es una nueva agenda para el diálogo, más aún si se trata de abordar la realidad desde la comunicación. Y es que no se puede perder de vista que la sociedad actual ha sido denominada por varios científicos sociales como de la información, sociedad red y de las telecomunicaciones. En este sentido, el debate de estos ámbitos no resulta, únicamente, interesante, sino más bien indispensable para conocer y comprender cómo caminan el mundo y sus actores. Ahora, el carismático colombiano tiene que regresar a su país, luego de haber estado unas cuantas horas en Ecuador haciendo una de las cosas que más les gusta: la cátedra. 

### Fragmento del libro *Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*

El espectáculo produce una conciencia que apunta a la celebridad, a la belleza, a la fama; reevalúa cualquier reacción de shock, sorpresa o indiferencia; comunica sobre la sobreexposición de imágenes, de representaciones, de simulacros. El resultado, una ironía: todos creemos que somos protagonistas porque somos espectadores. El mundo del espectáculo promueve crear un *star system* (modelos, cantantes, actores, deportistas) con una alta identificación entre el público y convertirlos en fuentes de relato. Presentar la realidad dura desde lo exótico, lo inverosímil y lo extraño. Realizar un efecto visual que busque el efecto emocional, con alto despliegue técnico, narrativa alegre y mucha música.





**ALAIC:**

# La apuesta por la transición a la institucionalidad

**Octavio Islas**

*Mexicano, sociólogo, director del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México. joseoctavio.islas@gmail.com*

La constitución de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación, afirma el destacado investigador brasileño José Marques de Melo (2004:13), "puede visualizarse a través de tres periodos rotulados de acuerdo con el lenguaje de la guerra fría,

*César Bolaño preside la asociación desde junio de 2009 y su reto es generar espacios de investigación conjunta con expertos e instituciones de la región, para integrar espacios de desarrollo mutuo.*

entonces en proceso de ebullición: a) la batalla por la hegemonía; b) la batalla por la supervivencia; c) la batalla de la reconstrucción".

El primer periodo -"la batalla por la hegemonía"-, comprende desde la creación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) el 9 de octubre de 1959, hasta la fundación de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) del 16 al 17 de noviembre de 1978. El segundo periodo "la batalla por la supervivencia", comprende de 1979 a 1988, correspondientes a los primeros años de ALAIIC. Marques de Melo ubica el inicio del tercer periodo -"la batalla por la reconstrucción"-, en 1989, en Florianópolis, Brasil, en el marco del Congreso Anual de la INTERCOM.

Con el IX Congreso de la ALAIIC cuya sede fue el Tecnológico de Monterrey campus Estado de México, del 9 al 11 de octubre de 2008, se dio inicio a un nuevo periodo, el cual admite ser designado como el "inicio a la transición institucional".

### **Antecedentes**

Desde finales del siglo XIX, destaca José Marques de Melo (2007:341), hay evidencias de estudios latinoamericanos sobre fenómenos de la comunicación. De acuerdo con María Cristina Gobbi (1996:66), en la década de 1930, los problemas económicos y políticos derivados de la Primera Guerra Mundial, agravados por fenómenos como el desarrollo del proceso de industrialización, el nazismo y la urbanización, entre otros, ampliaron significativamente los posibles objetos de estudio de las ciencias sociales.

En la década de 1940 es posible ubicar determinadas investigaciones sobre "los procesos comunicativos inherentes a la realidad de América Latina". Son, de acuerdo con Marques de Melo, "estudios sobre el periodismo y la propaganda, categorías hegemónicas en el desarrollo de nuestra emergente industria cultural (...) son contemporáneas de los programas

iniciales de formación de periodistas, creados en universidades de Argentina (1934), Brasil (1935), Cuba (1942), entre otros países".

En la década de 1950 es posible advertir mayor diversidad temática. Entre los autores y trabajos más representativos, Marques de Melo destaca:

"las investigaciones que los brasileños Salvyano Cavalcante de Paiva y Alex Vianny realizaron sobre el cinema, así como el trabajo que Saint-Clair Lopes hizo sobre la radiodifusión en el Brasil y que fue publicado en Argentina por Mouchet y Rafaelli sobre los derechos artísticos de los medios de difusión colectiva. Pero también existen los estudios que continúan la tradición analítica sobre la propaganda, como es el caso del brasileño Genival Rabelo y del chileno Alfonso Silva Délano, de la misma forma que el mexicano Salvador Borrego, y el boliviano Gustavo Adolfo Otero, el venezolano Julio Febres Cordero y los brasileños Luiz Beltrán o Anís José Leao".

De acuerdo con María Cristina Gobbi (2006:62):

"La bibliografía disponible en comunicación en América Latina, a finales de la década de 1950, era prácticamente insignificante. Se trataba, muchas veces, de trabajos traducidos o resultados de investigaciones locales. Los trabajos estaban fundamentados, principalmente, en el funcionalismo norteamericano, la investigación de la comunicación de la Escuela de Chicago y las ciencias de la información de la Escuela de París".

En 1957, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) realizó un estudio sobre el estado del arte que presentaba la investigación de la comunicación en América Latina, titulado *Recherches actuelles sur les moyens d'information (La investigación actual sobre los medios de comunicación)*. Destacados investigadores de la comunicación, como Marques de Melo, Raúl Fuentes Navarro y María Cristina Gobbi, coinciden en reconocer la trascendencia del

referido estudio como detonador de posteriores investigaciones de temas de comunicación en la región.

### La batalla por la hegemonía

De acuerdo con José Marques de Melo, este periodo dio inicio el 9 de octubre de 1959, al ser fundado el CIESPAL, y se extendió hasta noviembre de 1978, al ser fundada la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), en Caracas, Venezuela.

El CIESPAL fue fundado mediante un convenio suscrito por el gobierno ecuatoriano, la UNESCO y la Universidad Central del Ecuador. Sobre el papel que observó CIESPAL en la gestación de la escuela latinoamericana de comunicación, Marques de Melo (2004:13) afirma:

"Las semillas germinadoras son plantadas en terreno fértil de CIESPAL, en Quito; que aspira a la condición legítima de núcleo hegemónico. Consolidado durante la década del 70, el centro internacional que funcionó inicialmente en el campus de la Universidad Central de Ecuador estimula la organización gremial de los antiguos alumnos de sus cursos internacionales, creando una corriente de difusión de ideas a través de la revista Chasqui (primera fase)".

Durante la mayor parte de la década de 1960, que de acuerdo con la destacada investigadora mexicana Claudia Banassini, admite ser considerada como una especie de bisagra entre lo analógico y lo digital, entre la modernidad y la postmodernidad, entre lo global y lo local, e inclusive ya avanzada la década de 1970, apenas un reducido número de países tenían a civiles al frente del gobierno. Para impedir la réplica del ejemplo cubano, el gobierno de los Estados Unidos decididamente apoyaba a las dictaduras militares en la región. Ante tal panorama sociopolítico, resulta sencillo comprender porque la aún incipiente academia latinoamericana de investigadores de la comunicación decidió adoptar a la "Teoría de la Dependencia" como base del pensamiento latinoamericano en la ciencia de la comunicación. (Resulta indispensable realizar una rigurosa investigación que permita evaluar, en sus justas dimensiones, la trascendencia de la contribución del CIESPAL en el desarrollo de la Escuela Latinoamericana de Comunicación. Las celebraciones del 50 aniversario de CIESPAL, en octubre de 2009, se perfilan como el mejor escenario posible.)

A partir de 1972 es posible ubicar las primeras iniciativas cuyo propósito era impulsar la creación de un organismo que permitiera incorporar al mayor número posible de investigadores de la comunicación en América Latina. Del 16 al 17 de noviembre de 1978, durante la reunión que tuvo lugar en las instalaciones del Instituto de Investigaciones de la Comunicación (ININCO), en Caracas, Venezuela, las cuales se encuentran a cargo de la Universidad Central de Venezuela, fue creada la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC). La fundación de la ALAIC, afirma Marques de Melo

"fue propiciada por cuatro asociaciones académicas nacionales entonces en funcionamiento ABEPEC (Brasil), AVIC (Venezuela), AVIC (Colombia) y CONEICC (México). También se agregaron dos asociaciones profesionales: FELAP (con sede en Venezuela) e ILET (México). La propia UNESCO participó de la fundación. A título personal, se adhirió el investigador Mario Kaplún (...) En total, participaron de la asamblea de fundación 10 hombres (Alberto Ancizar, Venezuela; Eleazar Díaz Rangel, Venezuela; Enrique Oteiza, Venezuela; Fernando Reyes Matta, Chile; Josep Rota, México; Luis Aníbal Gómez, Venezuela; Luis Gonzaga Motta, Brasil; Mario Kaplún, Uruguay; Oswaldo Capriles, Venezuela; Rafael Roncagliolo, Perú) y dos mujeres (Patricia Anzola, Colombia y Elizabeth Safar, Venezuela).

### La batalla por la supervivencia

El periodo que José Marques de Melo ha designado como "La batalla por la supervivencia" comprende de 1979 a 1988. Durante ese periodo se desempeñaron como presidentes de la ALAIC: Luis Aníbal Gómez (Venezuela); Jesús Martín-Barbero (España-Colombia); Oswaldo Capriles y Alejandro Alfonso (Venezuela); Patricia Anzola (Colombia).

Entre las prioridades, ALAIC destacaba la gestión de recursos ante organizaciones como UNESCO o el *International Development Research Center* - organismo patrocinado por el parlamento canadiense-. En esos años, afirma Marques de Melo (2004:16), la ALAIC funcionó "menos como entidad gremial, y más como agencia prestadora de servicios, concretando oportunidades profesionales para sus asociados".

Es importante mencionar que en octubre de 1981, por iniciativa de un grupo de académicos e investigadores de la comunicación -en su mayoría adscritos a universidades administradas por la Compañía de Jesús-, fue fundada la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), organismo que aglutina, principalmente, a escuelas y facultades que imparten la licenciatura en comunicación o programas de posgrado, así como a determinadas asociaciones nacionales, como es el caso del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONEICC), en México.

### La batalla por la reconstrucción

En 1988, en el marco de la *Conferencia Bienal de la International Association for Media and Communication Research (IAMCR)*, en Barcelona, España, destacados investigadores latinoamericanos tomaron la iniciativa de convocar a una reunión abierta para analizar el futuro de la ALAIC. La responsabilidad de refundar la ALAIC fue confiada a Brasil, a través de INTERCOM -la entidad representativa de la comunidad científica dedicada al estudio de la comunicación-, la cual designó a José Marques de Melo como la persona idónea para dirigir el proceso.

La Asamblea de Reconstitución de la ALAIC fue celebrada en 1989 en Florianópolis, Brasil, en el marco del Congreso Anual de la INTERCOM. José Marques de Melo asumió la presidencia de ALAIC de 1989 a 1992.

- I Congreso (1992). Embú Guaçu, Sao Paulo, Brasil.
- II Congreso (1994). Guadalajara, México.
- III Congreso (1996). Caracas, Venezuela.
- IV Congreso (1998). Recife, Brasil.
- V Congreso (2000). Santiago de Chile, Chile.
- VI Congreso (2002). Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.
- VII Congreso (2004). La Plata, Argentina.
- VIII Congreso (2006). Sao Leopoldo, Brasil.
- IX Congreso (2008). Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, México.

Además, la ALAIC ha organizado cuatro seminarios internacionales:

- I Seminario (1999). Cochabamba, Bolivia.
- II Seminario (2001). La Plata, Argentina.
- III Seminario (2005). Sao Paulo, Brasil.
- IV Seminario (2007). La Paz, Bolivia.

Entre 1979 y 2008, diez académicos e investigadores se han desempeñado como presidentes de la ALAIC:

Luis Aníbal Gómez (Venezuela) 1979-1980; Jesús Martín-Barbero (Colombia) 1981-1982; Oswaldo Capriles y Alejandro Alfonzo (Venezuela) 1982-1984; Patricia Anzola (Colombia) 1984-1989; José Marques de Melo (Brasil) 1989-1992; Enrique Sánchez Ruiz (México) 1992-1995; Luis Peirano (Perú) 1995-1998; Margarida Krohling Kunsch (Brasil) 1998-2005; Erick Torrico (Bolivia) 2005-2008.

A partir de julio de 2004, la ALAIC publica una revista científica internacional: la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. La editora de la revista es Margarida Krohling Kunsch, y hasta el mes de octubre de 2008 han sido publicados siete números. En el editorial del primer número de *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* se indican cuáles son los objetivos que persigue la ALAIC con la publicación de la revista:

"Con una periodicidad semestral y alcance internacional, esta publicación tiene como objetivo principal promover la difusión, la democratización y el fortalecimiento de la Escuela del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano. Se propone, también, ampliar el diálogo con la comunidad académica mundial y contribuir para el desarrollo integral de la sociedad del continente".

La ALAIC promueve la investigación de la comunicación en América Latina a través de 22 grupos temáticos:

Comunicación, Tecnología y Desarrollo.  
 Coordinador: Gustavo Cimandevilla (Argentina).  
 gcimandevilla@hum.unrc.edu.ar

Comunicación y Ciudad.  
 Coordinadora: Carla Colona (Perú).  
 colona@puccp.edu.pe

Comunicación Política y Medios.  
 Coordinador: Andrés Cañízalez (Venezuela).  
 acanizalez@yahoo.com

Economía Política de las Comunicaciones.  
 Coordinador: César Bolano (Brasil).  
 bolano@ufs.br

Estudios de Recepción.  
 Coordinador: Nilda Jacks (Brasil).  
 jacks@vortex.ufrgs.br

Estudios sobre Periodismo.  
Coordinador: Eduardo Meditsch.  
emeditsch@uol.com.br

Ética y Derecho de la Comunicación.  
Coordinador: Eduardo Villanueva (México).  
evillanueva99@yahoo.com

Folkcomunicación.  
Coordinador: Roberto Benjamín (Brasil).  
roberto@fisepe.pe.gov.br

Comunicación y Educación.  
Coordinadora: Delia Covi (México).  
covi@prodigy.net.mx

Comunicación y Salud.  
Coordinador Isaac Epstein (Brasil).  
isaacepstein@uol.com.br

Discurso y Comunicación.  
Coordinador: Eliseo Colón (Puerto Rico).  
ecolon@caribe.net

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas.  
Coordinadora: Margarida Krohling Kunsch (Brasil).  
mkkunsch@usp.br

Comunicación Publicitaria.  
Coordinador: Paulo Rogério Tarsitano (Brasil).  
paulo.tarsitano@metodista.br

Historia de la Comunicación.  
Coordinador: Juan Gargurevich (Perú).  
jgargure@pucp.edu.pe

Medios Comunitarios y Ciudadanos.  
Coordinadora: Cicilia M. Krohling Peruzzo (Brasil).  
kperuzzo@uol.com.br

Telenovela y Ficción Seriada.  
Coordinadora: Nora Mazziotti (Argentina).  
mmazziotti@fibertel.com.br

Teoría y Metodologías de Investigación en Comunicación.  
Coordinadora: María Immacolata Vasallo de Lopes (Brasil).  
immaco@usp.br

Internet y Sociedad de la Información.  
Coordinador: Octavio Islas (México).  
octavio.islas@itesm.mx

Comunicación Intercultural.  
Coordinador: José Luis Aguirre (Bolivia).  
segrad@ucb.edu.bo

Comunicación y Estudios Socioculturales.  
Coordinadora: Florencia Saintout (Argentina).  
fsaintout@perio.unlp.edu.ar

Medios de Comunicación, Niños y Adolescentes.  
Coordinadora: Lucía Castellón (Chile).  
lucia.castellon@umayor.cl

Comunicación para el Cambio Social.  
Coordinador: Alfonso Gumucio-Dagron (Bolivia).  
gumucio@communicationforsocialchange.org

## El inicio de la transición institucional

Del 7 al 9 de octubre de 2008, el Tecnológico de Monterrey campus Estado de México fue sede del noveno congreso de ALAIC, que festejó su XXX aniversario, cuyo tema central fue *Medios de Comunicación, Estado y Sociedad en América Latina*.

Las conferencias magistrales fueron dictadas por Manuel Martín Serrano, destacado catedrático de la Universidad Complutense de Madrid; Ramón Alberto Garza, director de *Indigo Brainmedia.com*; José Marques de Melo y Raúl Trejo Delarbre. Más de mil personas asistieron y fueron presentadas más de 450 ponencias en los 22 grupos temáticos.

Además, durante el IX Congreso de la ALAIC se desarrollaron las siguientes actividades:

1. Reunión de la Red de Revistas Iberoamericanas de Comunicación, presidida por Walter Neira Bronttis, director de la Revista *Diálogos de la Comunicación*,

Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).

2. Presentación de libros (más de 50), acto que fue coordinado por Marta Rizo, investigadora de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México-AMIC.

3. Reunión de Redalyc, presidida por Cecilia Quintanilla, del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC.

4. Reunión de Centros de Investigación en América Latina, presidida por María Antonieta Rebeil, directora de investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, CONEICC.

5. Panel ALAIC en la historia de la comunicación, que lo coordinó Margarida M. Krohling Kunsch, directora de la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. En el panel participaron tres ex presidentes de ALAIC: José Marques de Melo, Enrique Sánchez Ruiz y Margarida M. Krohling Kunsch.

6. Panel de Observación Mediática, presidido por Claudia Benassini Félix, directora general del *Observatorio Medios México*. Participaron: Erick Torrico, presidente de ALAIC; Jesús Becerra, investigador de la Universidad Autónoma de Zacatecas; Rosa María Alfaro, coordinadora de la Red Latinoamericana de Observatorios de Medios; José Manuel Ramírez, director general del Observatorio *Observa los Medios, México*; Graciela Ramírez, directora del Observatorio Ciudadano de Medios Electrónicos.

7. Presentación de Espacio Televisa-América Latina, por parte de Julio César Lucena, de Espacio-Televisa.

8. XX Aniversario de la *Revista Mexicana de Comunicación*. Presentado por Omar Raúl Martínez, presidente de la Fundación Manuel Buendía y director de la *Revista Mexicana de Comunicación*. Comentaron Javier Esteinou Madrid y Octavio Islas.

9. Panel de organismos que impulsan la investigación de la comunicación en América Latina, presentado por Alfredo Alfonso, vicepresidente de ALAIC. Participaron: Erick Torrico, presidente de ALAIC; Teresa Quiroz, presidente de FELAFACS; Edgar Jaramillo, director del CIESPAL;

José Marques de Melo, presidente de SOCICOM; Cecilia Quintanilla, presidente del CONEICC; Rubén Darío, presidente de la AMCO.

10. Panel *Investigación de la Comunicación en México*, presentado por Javier Esteinou Madrid, investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco. Participaron: Raúl Fuentes Navarro, investigador del ITESO-U. de Guadalajara; Jesús Galindo, de REDECOM; Jorge González, coordinador del Programa de Epistemología de la ciencia y Cibercultur@ del Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM; José Carlos Lozano, investigador del Tecnológico de Monterrey

11. Panel Media Ecology: Janet Sternberg, de Media Ecology Association; Fernando Gutiérrez, director del Departamento de Comunicación y Arte Digital del ITESM CEM) y Amaia Arribas, directora de la Cátedra Humanitas. ❸

## Referencias:

Benassini, C. "Problemas pedagógicos de la investigación de la comunicación: experiencias y propuestas". Ponencia presentada en el IV Encuentro - CONEICC. México, León, Guanajuato, 1986.

Biscal, M. "La nueva escena y el comunicador social". En *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, julio 2001, número 62.

Fuentes, Raúl (1992). *Un campo cargado de futuro: el estudio de la comunicación en América Latina*. México: FELAFACS-CONEICC.

Gobbi, M. "Aportes pioneros: Um breve resgate da comunicação na América Latina". En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Brasil, número 4, enero a junio de 2006, pp. 54-75.

Marques de Melo, J. "La investigación latinoamericana en comunicación". En Chasqui, CIESPAL, número 11, Ecuador, 1984.

----- "Los tiempos heroicos: La formación de la comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación". En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. ALAIC, Brasil, número 1, julio-diciembre de 2004, pp10-21.

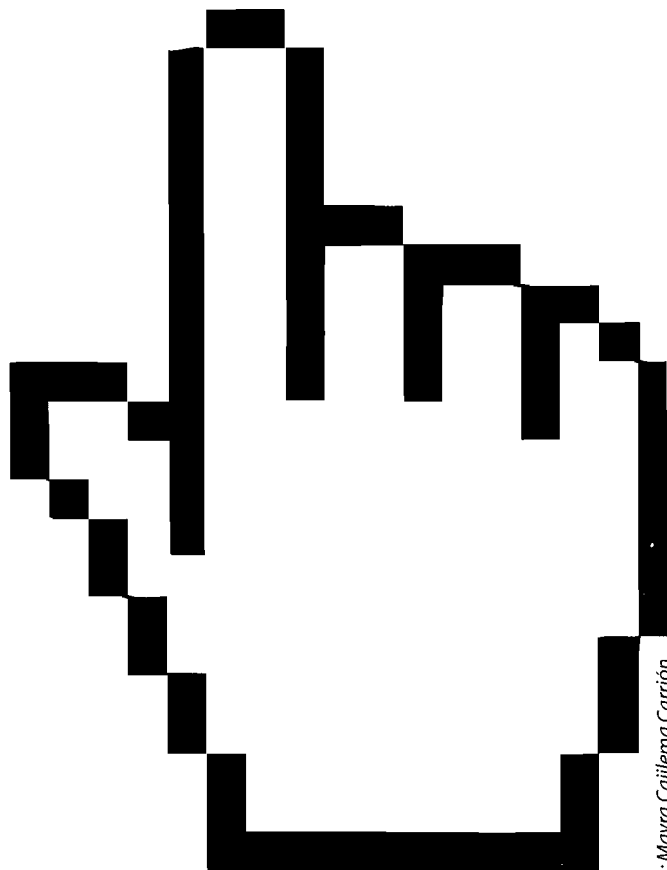
----- (2007). *Entre el saber y el poder. Pensamiento comunicacional latinoamericano*. México: UNESCO.

**Flavio 45 años**

(continuación del anterior) Pero lo que se defiende en todo esto ni siquiera es el verdadero judaísmo: es la exaltación del ateísmo que viene acompañado de otros dioses: el santo libre mercado, la santa libertad de prensa -que trabaja permanentemente al servicio de intereses puntuales como lo haría un mercenario, o directamente de empleados- y lo peor es que algunos lo hacen de manera tan sutil y planificada que cuando uno los lee o escucha casi, casi les da la razón. Parecen lógicos, parecen buena gente, parecen sensatos. Los poderes de las grandes bancas como así de los poderes petroleros (Rokefeller, por ejemplo) no son combatidos con la misma fuerza con que combaten a la iglesia. Pensemos al servicio de quien trabajan estos "ateos" que nunca reivindican algo nacional. Cuando llega el momento están más cerca de los milicos que de la gente. Son elitistas y creen en la división internacional del trabajo: Argentina abajo, materia prima barata. Los grandes países valor agregado, alta o

**pablo 32 años**

Muy buena la nota! Eso sí: lo que mas me gustó de los comentarios es por fin alguien dice algo CIERTO sobre los "extremistas del teclado" (adoptaré ese término) como SONIA(60) o CUAKERBOY(34) cuya frase "Hasta cuando van a poder opinar sin que sus palabras les entrañen algun tipo de responsabilidad?" me iluminó cual salmo (sarcasmo mediante) Martín, cuando necesites inspiración, considerá usar tus palabras cortantes para despedazar a estos IGNORANTES que la van de GUAPOS...Jeerios siempre hace mal. FELIZ NAVIDAD!



Fotomontaje - Maura Carrión

2 3 4 5 6 7 8 >

Contactanos • Agregar a Favoritos • Agregar como página de inicio • Noticias en tu sitio

**Cibermedios:**

# Opinión de los lectores

**Natalia Raimondo Anselmino**  
 Argentina, profesora e investigadora de la Escuela de Comunicación Social Universidad Nacional de Rosario  
 natalia\_raimondo@hotmail.com

Desde diferentes latitudes e improntas teóricas circula una contundente pero a su vez vaga y difusa aseveración: la prensa ha sufrido sustanciales modificaciones a partir de su incorporación al entorno digital promovido por la Internet. Pretendemos, con este artículo, sumar una voz a la reflexión sobre aquellas mutaciones que conciernen a las alteraciones

*La relación entre lectores y autores, y entre lectores es la interactividad más importante en un cibermedio. Comentar, opinar y calificar un contenido es más significativo que solo consumir un texto.*

de la relación que los periódicos digitales establecen con sus lectores. La importancia de estudiar los cambios ocasionados en este tipo de medios no está dada solo por la relevancia de actualizar nuestro conocimiento sobre el desarrollo de las industrias culturales contemporáneas, sino por desentrañar las posibles repercusiones que estas mutaciones podrían aparejar en el desenvolvimiento de las prácticas asociadas con las funciones políticas y sociales que ha cumplido históricamente la prensa, en tanto escenario de reflexión y racionalización.

En cuanto a las condiciones actuales del sistema de medios de comunicación, partimos de suponer que nos encontramos en un estadio de complejización de la mediatización (Verón, 2001 y Valdetaro, 2007), en el que el perfeccionamiento técnico de los dispositivos icónico-indiciales (Pierce, 1987) deriva en soportes que pueden considerarse meta-medios, originando un proceso de *convergencia tecnológica* en el nivel de la producción.

La prensa sufre, en tal contexto, profundas modificaciones que hacen posible que emerjan conceptos como el de "*viewpaper*". Este nuevo término -que, desbordando la categoría de *newspaper* apela a un "diario visual"- se comenzó a utilizar en Europa a partir del auge de los diarios gratuitos de pequeño formato en papel. Así como Jean-François Fogel y Bruno Patiño (2007: 23) lo retoman para analizar las nuevas experiencias de lectura de la prensa, consideramos que esta noción nos permite repensar la manera en que repercuten las modificaciones habilitadas por la Internet sobre la idea tradicional de diario. En una entrevista periodística realizada para una revista argentina, Fogel sostuvo que "...la lectura en pantalla, aparentemente, ya no se compara con la lectura (...) del diario (un momento de reflexión ciudadana). (...) es algo más lúdico, interpersonal, emocional que involucrarse con ideas de un autor o los problemas de un país." (2006).

Por otro lado, se hace necesario retomar lo que parecería ser la particular contracara del proceso de convergencia en el nivel de la producción: la

"*divergencia*" en recepción, como resultado de prácticas de consumo cada vez más personalizadas. En línea con esta idea, Eliseo Verón afirma la existencia de ciertas "(...) perturbaciones en la relación pautada entre la producción de los medios y el consumidor" (2007: 39). Se alteraría sustancialmente, así, el vínculo entre producción y recepción que se comenzó a forjar a partir de la época de la prensa de masas de fines del siglo XVIII: "Hay un fenómeno central que es ese deslizamiento de la programación de los productores a los usuarios" (Ibid.: 41). Tal vez la anterior afirmación carezca de ciertos matices, pero es ineludible que el tipo de consumo individualizado que permitieron, en el caso de la televisión, la videograbadora y los sistemas de grabación y programación dispuestos por la televisión digital (como el TiVo), es retomado y hasta potenciado por los dispositivos que permiten al usuario/lector intervenir en la programación del diario *online*, tanto a partir de la personalización de su espacio de lectura como de la más concreta posibilidad de participar en la jerarquización de la información - mediante los *rankings*- e interactuar con los distintos espacios de opinión, produciendo un persistente distanciamiento de las condiciones de emisión.

### **Algunos apuntes para precisar nuestra mirada**

A continuación, presentaremos someramente algunos planteos teóricos que nos permiten dar cuenta del lugar a partir del cual miramos los procesos políticos, económicos y sociales en los que es protagonista el actual sistema de medios de comunicación.

Es Manuel Castells (1995) quien elabora una serie de consideraciones sobre el proceso de cambio estructural promovido por la "revolución tecnológica" acaecida desde mediados de la década del 70, que nos permiten comprender ciertas mutaciones actuales de la prensa. Según este autor, nos encontramos ante un nuevo modo de desarrollo que él denomina "informacional", porque son la información y el conocimiento los elementos fundamentales que determinan la productividad del proceso de



producción. Este nuevo modelo de organización socio-técnica se encuentra en co-incidencia con los cambios aparejados en las *relaciones sociales* de producción; interacción que repercute -y puede observarse- en los actuales procesos sociales, de los cuales la producción y el consumo de medios forman parte. Por otro lado, es clave para el autor considerar que en el paradigma tecnológico que da sustento al nuevo modelo "(...) los principales efectos de sus innovaciones recaen sobre los 'procesos' más que sobre los 'productos'" (Ibíd.: 39).

Por otro lado, para matizar los postulados de Castells e impedir que sea considerada como "absoluta" -ni determinante ni determinista- la relevancia que tiene el "cambio tecnológico" para explicar las condiciones actuales del escenario sobre el que se desarrollan los medios de comunicación, vale recuperar ciertas afirmaciones que realiza Robert McChesney (2002). El autor nos recuerda que es imposible realizar un análisis acertado sobre el "sistema global de medios" sin advertir que éste se encuentra absolutamente permeado y sostenido por la lógica neoliberal del mercado. Esto explica la gesta y desarrollo de lo que se ha denominado como *oligopolio global de medios*, sintagma que refiere al tipo de propiedad de las empresas-medios del presente y a la lógica comercial que las mismas detentan. Una de las facetas que caracteriza a este *oligopolio* es la creciente convergencia y concentración económica que promueven.

Lo expuesto le permite al autor sostener que nos encontramos ante una creciente indiferencia entre los contenidos producidos por las distintas empresas. Dice McChesney: "A medida que los conglomerados de medios de comunicación extiendan sus tentáculos, hay razones para creer que alentarán la uniformidad de los gustos populares, como mínimo, en algunos tipos de medios (...) La combinación de neoliberalismo y cultura corporativa de los medios tiende a promover una profunda despolitización" (Ibíd.: 244-245). Si esto es -tendencialmente- así, cabe preguntarse: si los grandes diarios argentinos pertenecen a grandes grupos multimedia (Albornoz: 2003), ¿qué sucede con los contenidos publicados en Internet por estas grandes cabeceras?, ¿qué posibilidades concretas tiene aún la prensa de generar esas interpelaciones racionantes que requiere, para su desarrollo, una sociedad democrática?, ¿cuáles son las funciones sociales de los espacios de opinión presentes en los periódicos digitales?

Para comenzar a pensar en posibles respuestas a los interrogantes planteados vale la siguiente proposición

de Martín Becerra sobre la creciente centralización de los medios de comunicación en Argentina: "(...) el presente -condicionado por una depresión económica que flageló al país desde 1998 y hasta 2002- aparece como un panorama de retracción de voces y de emisores..." (2007: 69). También Luis Albornoz adelanta conclusiones sobre las consecuencias de las estrategias que desarrollan los diarios digitales para repositionarse en el mercado: "(...) la tradicional y clara diferenciación entre la línea editorial del medio y la comercial está cediendo espacio frente al *mix* deliberado (y en aumento) de ambas, con el consiguiente peligro de deterioro de las democracias occidentales." (2003: 124).

Para cotejar las inferencias mencionadas con algún dato empírico, vale traer aquí el análisis que realizan Cerezo y Zafra (2003) para la Fundación AUNA. Dentro de la franja de lectores europeos que más consumen diarios digitales (generalmente jóvenes informatizados entre 25 y 44 años) se evidencia un constante decaimiento en la compra de ejemplares impresos. Como consecuencia de ello, se observaría una retracción de la credibilidad y afinidad hacia una cabecera concreta: "Los usuarios de medios digitales navegan por la Internet de información en información, ajenos, en la mayoría de los casos, a la afiliación o tendencia de las cabeceras de los medios tradicionales" (Ibíd.: 6). No obstante, consideramos que aún no ha sido lo suficientemente verificado -por lo menos en nuestra escena nacional- la reiterada conjetura de que los grandes diarios se hayan independizado, en su versión digital, de la línea editorial de sus cabeceras, motivados por la poco altruista razón de aumentar su audiencia.

### Los diarios digitales y el vínculo con sus lectores

Detengámonos ahora en las condiciones actuales de las interfaces de los diarios argentinos de "alcance nacional" -*Clarín*, *La Nación*, *Página/12* y *Crítica Digital*-, para establecer un diálogo entre la bibliografía presente sobre el tema en cuestión y el análisis -socio-semiótico- de los periódicos mencionados.

A partir de la compilación de determinadas características significantes, es posible entrever el modo en que cada periódico digital organiza su discurso, propiciando un particular vínculo enunciativo. En este sentido, una de las instancias privilegiadas a analizar está dada por la modalidad en que los periódicos digitales examinados realizan la "puesta en línea" de su información. Para dar cuenta

de este aspecto, listaremos una serie de conjeturas. Algunas son de índole general, no están abocadas específicamente a los espacios de intervención del lector sino, más bien, a ciertas características de la presentación del contenido noticioso, las cuales, son sumamente relevantes para analizar el vínculo que cada diario propone a su público lector.

- En el escenario actual de la prensa se observa, desde hace años, una migración de lectores desde la versión papel a la digital. Esto implica, asimismo, una distintiva modalidad de consumo de la prensa y la emergencia de nuevas prácticas y hábitos asociados con la lectura del diario, diferentes a los tradicionales. Según Cerezo y Zafra (2003) las capas más jóvenes de la sociedad se inclinan, cada vez más, por la lectura de información en los diarios digitales. A juzgar por los autores, en el caso de España, el perfil por edades de los usuarios de periódicos online (2003: 10) muestra que son las personas entre 25 y 44 años quienes más acceden a estas interfaces. Los estudios de audiencias indican también una variación tanto del lugar desde el cual se accede a las noticias, como de su horario de consulta: en un porcentaje considerable el acceso a los diarios digitales coincide con el horario laboral. Esto les permite inferir que los usuarios-lectores se encontrarían motivados por la búsqueda de "información de utilidad" y no tanto por la intención de análisis e interpretación a la que invita la lógica del papel (Valdettaro: 2005). Parecería, incluso, que los espacios de opinión de los diarios digitales explorados promoverían la participación "en caliente" del público, canalizando más sus pasiones que argumentos de tipo racional-intelectivo.
- Si observamos los espacios noticiosos destacados dentro de la interfaz de cada diario -tal es el caso del sector superior izquierdo o derecho- y estudiamos los acontecimientos que allí aparecen como enfatizados dentro de la agenda mediática, veremos que, en regla general, no son los mismos que los jerarquizados por los titulares de la portada de la versión impresa de dichos periódicos. Veamos un ejemplo: en la mañana del 3 de abril de 2008, la tapa impresa de La Nación contenía los siguientes titulares (ordenados por su aparición jerárquica):

1 "Con fuertes críticas al gobierno, el campo suspendió la protesta", que engloba otras dos notas (de opinión) tituladas como "Crear que ganó, un riesgo para el poder" y "El desafío de mantener la unidad";

2 "Liberan a dos modelos argentinas";

3 "Mudarán a Barracas el gobierno porteño";

4 "Detectan errores en el diagnóstico de la celiacía".

Por su parte, en la versión digital de ese día aparecen destacados los siguientes encabezados (que se alternan constantemente):

- "Restaurantes sin carne y quejas de turistas";
- "Emotivo homenaje del Papa a Juan Pablo II";
- "River no pudo asegurarse la clasificación".

Como se observa, los titulares construidos por ambas versiones del mismo diario son diferentes. Además, salvo el último titular deportivo, los dos primeros vienen de la edición impresa pero, aún así, no fueron allí destacados. Esto indicaría un distanciamiento en el contrato de lectura propuesto para cada una de las versiones.

- Los diarios digitales alteraron sustancialmente la tradicional distribución del contenido noticioso en "secciones". Para la prensa tradicional, las denominadas "secciones temáticas" contribuyen a una particular construcción social de la realidad y de los procesos de objetivación que ella implica, mediados por una específica segmentación del mundo en zonas autónomas de lo noticiable. Ahora bien, en la actualidad, el tipo de distribución de la información que asume la prensa digital, comprende, según Fogel y Patiño (2007), una indeterminación sin precedentes. No obstante, no es posible afirmar con certeza si la disolución del esquema universal de secciones obedece a una decisión editorial; si, por el contrario, es consecuencia de la alteración en los procesos de consumo propios de la nueva cultura audiovisual - en donde impera el modelo no secuencial y la búsqueda regida por impulsos subjetivos y aleatorios- o, en definitiva, si es un inextricable entramado de ambas razones. Lo cierto es que, según los estudios realizados por la Fundación AUNA (2008: 8), los lectores de diarios digitales accederían de una manera "deslocalizada y fragmentada" a la información.
- Otro cambio que habla del "tipo" de vínculo que establecen los diarios "en línea" con sus públicos lectores -y, desde nuestro punto de vista, el central- está dado por la disposición de un conjunto de espacios que tienen, como objetivo, canalizar la "opinión" del lector. Mientras reinó el papel, por el término de más de dos siglos y medio, el espacio de participación y opinión del lector en el diario se vio restringido, casi con exclusividad, a la carta de lectores. Pero, a partir de la consolidación de las interfaces digitales y, motivados por la necesidad creciente de fidelizar a la audiencia para captar más publicidad, los grandes diarios concurren en

fomentar la *interactividad* del medio. Entre los nuevos dispositivos mencionados encontramos un conjunto híbrido de mecanismos a partir de los cuales se visualiza la actividad del usuario, que incluyen tanto instancias por medio de las cuales el lector puede producir su propio discurso o acordar con alguno ajeno (los comentarios a las noticias, blogs, foros, encuestas), como aquellas en las que directamente se reflejan los recorridos de lectura predominantes (como los *rankings*).

- Es notorio que los distintos cambios que se han evidenciado en los últimos tiempos en las interfaces de los diarios argentinos de alcance nacional han tenido como motivo explícito el otorgarle al lector más espacio en donde intervenir.
- Es sabido que, cada vez más, los diarios digitales le permiten al lector intervenir en el universo noticioso. No obstante, resta dilucidar qué tipo de contenidos produce realmente el lector, como reza el título de nuestro artículo, la gran pregunta es: ¿qué lugar ocupa la opinión de los lectores en los periódicos en línea? Porque, más allá de los auspiciosos anuncios de derrumbe de la frontera que separa a los periodistas de los usuarios, sigue siendo notoria la división entre los contenidos (periodísticos) producidos desde las redacciones y aquellos aportados por la "colaboración" del público. Lo deja claramente asentado *La Nación*, en su "tutorial" destinado a explicar qué es la participación: "*Trabajando en conjunto, los periodistas del medio aportan una mirada profesional, en tanto que los lectores contribuyen con diferentes puntos de vista sobre el tema*" (<http://www.lanacion.com.ar/registracion/LN/tutorial.asp>).

Es cierto que si analizamos las condiciones actuales de las interfaces de los periódicos digitales de mayor alcance, es difícil no caer en la tentación de establecer ciertos lazos entre los postulados teóricos sobre la recepción propuestos por la crítica literaria desde principios de los 70 (encabeza por Roland Barthes) y entre lo que aparecería como concretamente posible gracias a la consolidación de las interfaces digitales de los periódicos en línea. ¿Podrían ser considerados los comentarios de los lectores sobre las noticias como la escritura de una lectura? ¿Es posible pensar que es la intervención del lector en el universo noticioso la que comienza a desdibujar la figura y el rol del periodista-editor como autor? Las prácticas propiciadas por las interfaces digitales de los diarios ¿contribuyen también a abolir la distancia entre escritura y lectura supuesta en una visión tradicional de las mismas? Pero, si no queremos caer en una mirada ingenua, debemos considerar el hecho de que los grandes

diarios en línea no han hecho aún más que proponerle al lector herramientas para una *participación encauzada*. Es decir, continuamente se generan espacios destinados a incentivar y contener el flujo comunicativo de la audiencia, pero -por el momento- sin desatender que es el mismo diario quien genera arbitrariamente las consignas o selecciona y limita los espacios de su aparición. Por ejemplo, en el mes de enero de 2008 *La Nación* incorporó -apelando a la idea de "periodismo participativo"- la sección "Soy corresponsal", en donde se invita a los lectores a publicar textos, imágenes y audio "de valor noticioso sobre hechos de los que hayan sido testigos". No obstante, le asignó una URL diferenciada a la del diario, se refiere a la sección como otro "sitio" y solo en contadas ocasiones ha permitido una mínima imbricación entre el contenido que se publica en esta sección y el resto de la información periodística del diario. Similar canalización supone el hecho de solicitar al público el envío de imágenes sobre algún acontecimiento en particular, la votación entre opciones dispuestas a modo de encuesta o el comentario de las noticias sometido al control de un moderador. En línea con este planteamiento, Luís Albornoz ha realizado ciertas inferencias (Cfr. 2006: 241) que le permiten sostener que aún se sigue privilegiando el modelo punto-masa<sup>1</sup>. Muy contraria a esta apreciación es la postura adoptada por Fogel y Patiño, quienes consideran a la Internet como "*un medio sin masa*" (2007: 177) y afirman que "*los sitios ya no se conciben como medios que emiten desde un único punto, al igual que un periódico o una emisora, sino como proveedores de flujo dentro de una red planetaria*" (Ibíd.: 17). Por nuestra parte, si bien participamos de la consideración de que -a partir de las actuales condiciones de recepción- el término de "*masa*" debe ser ya superado, sobre todo con vistas a analizar los nuevos medios digitales, compartimos algunas de las precauciones atendidas por Albornoz.

- De los diarios analizados, tres -*Clarín*, *La Nación* y *Crítica Digital*- permiten que el lector genere comentarios sobre el contenido de las noticias, aunque todo lo enunciado por el público está sujeto a la "moderación" del medio, lo cual trae aparejado, en ciertas ocasiones, la crítica por parte de quienes consideran que este mecanismo de control cercena la "puesta en línea" de su opinión. Citaremos un ejemplo observado el 22 de febrero de 2008: dentro de los comentarios a una noticia

<sup>1</sup> "Así, mientras que los dispositivos de participación de lectores se nos revelan como un simulacro de interacción entre el medio y su audiencia, prevalece en el conjunto estudiado -el conformado por los grandes diario iberoamericanos- el tradicional modelo de difusión punto-masa de los medios de comunicación" (Albornoz, l., 2006: 267).

publicada en *La Nación*, se distingue, entre ellos, uno que hace referencia a la modalidad de uso del Foro de La Nación y critica las "poco claras" políticas de "reporte" y "moderación". Su autora incluso comenta que otro forista ha generado un *blog* con el objetivo de publicar en él todas las cartas de lectores censuradas por el diario, e invita a los otros lectores disconformes a sumarse. Como resultado, el diario censura (¿modera?) también estas entradas (<http://cartasdelectoresln.blogspot.com>).

- Por lo último mencionado consideramos también que, en ciertos casos y especialmente en algunos diarios (como, por ejemplo, sucede en *Crítica Digital*) se observa que los "lectores" se corren, en el uso concreto de los espacios, de lo "esperado" por la cabecera.

En este sentido, es interesante observar el tipo de interacción que se da entre la opinión de los lectores que emerge en los comentarios a las noticias publicadas en el diario *Crítica Digital* y las respuestas editoriales que estos comentarios suscitan. Uno de los casos observados es el que tiene lugar el 13 de junio de 2008, cuando el periodista Jorge Lanata -director del medio- publica una columna de opinión titulada "*Que el azar no sea el que premie*" (<http://www.criticadigital.com/index.php?secc=nota&nid=5630>), en donde apoya la idea de Mauricio Macri -jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires- de recompensar monetariamente a aquellos empleados públicos que desempeñen correctamente su trabajo. La nota suscitó gran cantidad de comentarios, muchos de los cuales se expresaban duramente en contra. Al otro día, ya en la versión impresa, aparece la respuesta del periodista a dichos comentarios (<http://www.criticadigital.com/index.php?secc=nota&nid=5692>). Allí, el director del diario se encarga de responder individualmente -y con poco tacto- a algunos de los lectores. Lo que llama nuestra atención es que, entre lo que explicita, sostiene que los comentarios se realizaron como "*una piedra que llega desde la multitud*" y que "*tienen la forma y el tono de los foros de Internet*" y cuestiona a quienes vertieron su opinión de forma anónima u ocultándose en extraños y poco referenciales seudónimos. Lo hace olvidándose de que es la propia interfaz del diario la que habilita dicho uso.

## Referencias:

AA.VV. Proyecto "*Interfaces en pantalla: mapas y territorios*", período 2007/2010. Facultad de Ciencia Política y RRII, UNR. Directora: Sandra Valdetaro; Co-directores: Rubén Biselli y Mariana Maestri; Investigadores: Nora Moscoloni, Ricardo Diviani, Sebastián Castro Rojas, Mariángeles Camusso,

Viviana Marchetti, Carina Menéndez y Natalia Raimondo Anselmino. 2006.

Albornoz, L. "La prensa *on line*: mayor pluralismo con interrogantes", en Bustamante, E. (coord.) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2003.

---- *Periodismo digital*. Los grandes diarios en la Red. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

Becerra, M. "Medios de comunicación y sociedad en la Argentina", en *Medios y Comunicación*, Boletín Biblioteca del Congreso de la Nación N° 123. Buenos Aires, 2007.

Biselli, R. "La falaz transparencia de lo obvio. (Breves comentarios en torno a las "secciones temáticas" de los diarios)", en *La Trama de la Comunicación*, Anuario del Dpto. de Ciencias de la Comunicación, Vol. 8, Fac. de Ciencia Política y RRII, UNR. Rosario, 2003.

Castells, M. "Introducción" y capítulo "El modo de desarrollo informacional y la reestructuración del capitalismo", en *La ciudad informacional*. Madrid: Alianza, 1995.

Cerezo, J. M. y Zafra. *El impacto de Internet en la prensa*, Cuadernos Sociedad de la Información. España: Fundación AUNA, 2003: <http://www.fundacionorange.es/documentos/analisis/cuadernos/IMPACTO.pdf>

Fogel, J. F. en entrevista "La audiencia ha muerto ¡¡Viva la audiencia!!"; en *Revista Ñ* N° 161, 28 de octubre 2006.

Fogel, J. F. y Bruno Patiño. *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*. España: Punto de Lectura, 2007.

Matínez Rodríguez, L. "La participación de los usuarios en los contenidos periodísticos de la red", en López García, G. (ed.) *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*, Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de Valencia, 2005. <http://www.uv.es/demopode/libro1/LourdesMartinez.pdf>

McChesney, R. "Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado", en Vidal Beneyto, J. (director), *La ventana global*. Madrid: Taurus, 2002.

Peirce, C S. *Obra lógico-semiótica*. Madrid: Taurus, 1987.

Valdetaro, S. "Las genealogías del contacto en la prensa gráfica actual de circulación diaria", en CD de ponencias de las IX Jornadas de la Red Nacional de Investigadores en Comunicación. Argentina, 2005.

---- "Medios, actualidad y mediatización" en *Medios y Comunicación*, Boletín N° 123. Biblioteca del Congreso de la Nación. Buenos Aires, 2007.

Verón, E. *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma, 2001.

---- "*Regreso al futuro de la comunicación*", en Cuadernos de Comunicación, N° 3, Facultad de Ciencia Política y RRII, UNR, Rosario, 2007.



De la onda a la Web:

# Alternativas de participación para los comunicadores

**Andrés Barrios Rubio**

Colombiano, comunicador Social y periodista,  
dirige la emisora Óyeme UJTL.  
andres.barrios@yahoo.es

## La radio y las nuevas tecnologías

La llegada de las nuevas tecnologías modificó las concepciones tradicionales que se tenían de cada uno de los medios y sus procesos de comunicación. Todos los medios han visto en la Internet a un aliado ideal

*Las radioemisoras en Internet aún son experiencias poco comunes, a pesar de que la tecnología posibilita su masiva creación y funcionamiento; con audiencias distintas, exigen una especialización temática.*

para su expansión y globalización, la radio no ha sido la excepción, ha empezado a adaptarse a las exigencias para estar en un sistema de difusión mundial que llega a un público que tiene la posibilidad de adaptar los contenidos a sus gustos y acceder a ellos en el momento y lugar que lo desee. Esta propuesta buscó unir los dos sistemas y crear una radio acorde con los gustos de la comunidad universitaria, acompañada de otros elementos paralelos: textos e imágenes que refuerzan y complementan la realidad sonora.

### **El panorama de la radio**

Analizar el fenómeno de la radiodifusión es indagar en los sueños de muchos radio apasionados que, en busca de unir a su comunidad, de expresar lo que sienten o simplemente hacer conocer al otro lo desconocido para él, se han "montado en el bus" de hacer radio. Estas ganas de hacerse escuchar han hecho que Colombia sea uno de los países líderes de la radio en América Latina; esto hace que sea una cuna de experiencias radiales y de experimentos comunales. Sueños que hoy en día y gracias a la tecnología se pueden trasladar a otro escenario en donde la difusión ya se convierte en mundial gracias a la Internet.

Pero no todo es "color de radio", pues en la actualidad la radio colombiana y la latinoamericana enfrentan varios problemas. El primero de ellos es la falta de organización en los recursos económicos, pues muchos de los concesionarios, en su afán de estar al aire, se olvidan que la Radio, al igual que el resto de los medios de comunicación, es una industria que exige especial cuidado con las fuentes de donde provienen los recursos.

Otro gran problema es la politización de las frecuencias, pues infortunadamente muchos han visto en la Radio un espacio propicio para la divulgación de sus propósitos; por ello, en muchos casos se han convertido en "patrocinadores", "impulsadores", "capitalizadores" y por ende dueños de muchos campos radiales, que han echado por la borda el

trabajo que durante años han realizado quienes ven en las emisoras una alternativa de unión, paz, comunicación, esperanza, divulgación y solución de los problemas de sus sociedades.

Asimismo, las emisoras compiten con un gigante llamado "nuevas tecnologías", las cuales dictan las pautas de producción y difusión, así como de los formatos que se deben emitir a través de sus ondas, lo que ha ocasionado que muchas radios de escasos recursos sean pequeñas emisoras sin peso.

Afortunadamente, los sueños siempre apuntan y apuestan a que se repita la historia de David y Goliat, pero esta vez la onda y la piedra se convierten en un micrófono y en el análisis, apropiamiento y aprovechamiento de las nuevas tecnologías para lograr subsistir en el nuevo panorama mundial que nos habla de la multimedia y la globalización de los medios.

Es la unión de una comunidad capacitada para lanzar una propuesta lo suficientemente atractiva, necesaria, útil e interactiva, para que sus paisanos y demás habitantes del planeta se queden con un producto radial - sonoro local con características que respondan a los intereses particulares de cada grupo objetivo, no solo local, nacional sino internacional.

Para que esto se dé surge otro problema: la falta de documentos y bases bibliográficas que sirvan de apoyo y guía a los nuevos radio soñadores para la estructuración, montaje, puesta en marcha y funcionamiento de las emisoras por Internet, de allí que muchas veces al hablar de Radio por Internet nos referimos a experimentos que fracasan por no entender que participar en este nuevo modo de ver la Radio implica un cambio sustancial en la forma tradicional de hacerla.

Para que esto suceda, la Radio por Internet debe ser interactiva y heterogénea capaz de incluir a toda la comunidad, desde los niños y niñas hasta los ancianos, pasando por todos los grupos humanos existentes; pues con esta característica se logra que

todos los grupos humanos se sientan vinculados y comprometidos con la emisora, que al fin y al cabo no es más que una ágora en donde las expresiones y pensamientos se difunden libre y responsablemente para proponer un mejor estado de sociedad, para buscar alternativas de solución de los problemas, pero sobre todo es un espacio de encuentro y reflexión que debe servir para que a cada segundo se emita una propuesta de paz y convivencia que una a las regiones y a sus habitantes.

La Radio por Internet, al igual que la radiodifusión tradicional, es un servicio de y para la comunidad; bajo este precepto es importante recalcar que las emisoras por Internet deben ser espacios de interacción de las diferentes comunidades, por ello es muy importante que la pluralidad y el consenso colectivo sean dos elementos siempre vigentes en su funcionamiento.

Debe servir para difundir las tradiciones y los valores, además de dar un espacio de expresión y participación a los diferentes ciberescuchas. Se debe entender que este nuevo sistema de comunicación, al igual que el tradicional, es un servicio público que, a

diferencia del convencional, no requiere el otorgamiento de licencia por parte del Ministerio de Comunicaciones.

Con lo anterior se da vía libre para que las emisoras por Internet no sean necesariamente sociedades legítimamente conformadas, con una personalidad jurídica y unos estatutos que sirvan como carta de navegación durante el proceso de la radiodifusión, pero esto no implica que la Radio por Internet no sea un sistema que cree pertenencia y propiedad en un grupo determinado, más grande y de carácter internacional; entonces, se hace necesario que dentro de la conformación de una emisora por Internet se busquen espacios de participación múltiple que den cabida a todas las expresiones y necesidades propias de la comunidad, claro está que no se deben desechar propuestas que, aunque no sean propias, brinden herramientas y elementos socializadores que ayuden a una mejor convivencia y por ende a una solución de los problemas y necesidades.

Lo anterior no es más que una condición básica y lógica para que la Radio por Internet sea un espacio que supla las deficiencias en materia de comunicación



e información, pues los grandes y tradicionales medios de comunicación dejan atrás las noticias regionales y las expresiones locales, y sumen así a las pequeñas poblaciones o comunidades en un olvido y anonimato inmerecido.

### **El caso de oyemeujtl.utadeo.edu.co**

En el año 2005, luego de escuchar a los egresados y estudiantes actuales de los programas de Comunicación Social y Tecnología en Producción Radial de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, se pudo determinar que carecían de oportunidades en la emisora convencional de la Universidad (Emisora HJUT, 106.9FM) para expresar sus ideas, sentimientos, opiniones y al mismo tiempo tener un primer acercamiento a una de las herramientas de trabajo profesional.

Explorando alternativas de solución al problema se determinó que explotando la formación profesional y tecnológica de los estudiantes de los Programas de Comunicación Social y Producción Radial, se podía crear el diseño y realizar la propuesta de lo que sería una emisora por Internet concebida desde esta Facultad para los estudiantes de la Universidad, que aprovechara las diferentes herramientas tecnológicas del momento.

Este nuevo medio permite satisfacer las expectativas de la comunidad universitaria y simultáneamente a la culminación del proceso de formación del estudiante les da la oportunidad de demostrarse a sí mismos y a todo el mundo cuáles son las competencias desarrolladas y conocimientos adquiridos.

Expuesta la alternativa, se convierte en un sueño y en una apuesta personal que plantea una estrategia de comunicación en la que se desarrollan alternativas de unión y participación de la comunidad estudiantil. Se demuestra, así, que una organización radial es un proyecto de educación, comunicación y desarrollo comunitario.

Se emprende, entonces, el proceso para realizar el montaje de una emisora cuya población de incidencia es no sólo la comunidad universitaria, sino la comunidad estudiantil de Bogotá, el país, el mundo y demás personas que se sientan vinculadas; ese público que simplemente busca ser escuchado a través de las risas, los juegos, las esperanzas e ilusiones, dejando de lado la metralla, la pólvora, la sangre, la muerte, la violencia y las lágrimas que rodean el ambiente de cada uno de ellos.

### **El trabajo previo**

La metodología, adoptada en el proceso de investigación que después fue tenido en cuenta al momento de llevar a la realidad el proyecto, implicó realizar un análisis de caso desde una perspectiva cualitativa, aunque tuvo una primera fase de exploración con resultados cuantitativos, es decir; se empleó una exploración socio demográfica que permitió el análisis etnográfico posterior. Se indagó la opinión de personas del común sobre los contenidos ofrecidos en una emisora de este tipo; se tuvo en cuenta la audición de varios productos radiofónicos en diferentes portales y la recolección de material producto del trabajo académico de los estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Dicho seguimiento permitió que aportaran datos y experiencias de la historia, el surgimiento y posterior desarrollo de las emisoras colombianas a través de este medio de difusión.

Cumplida la fase de investigación se dio vía libre al proceso de estructuración y desarrollo de la propuesta, que maduró el concepto visual y sonoro que requiere una emisora en Internet, con la participación de los estudiantes de los programas de Comunicación Social y Producción Radial, apoyados en la indagación e investigación.

### **Los contenidos**

En busca de establecer los gustos del grupo objetivo primario de la emisora, se hizo obligatorio aplicar una encuesta a la población estudiantil de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Mediante esta encuesta se pudo determinar que a los estudiantes consultados les gusta escuchar en las emisoras, en su orden, música rock, reggae, electrónica, reggaetón, merengue, salsa, vallenato y pop. En cuanto a las preferencias se aprecia que de la radio actual no les gustan las cuñas, los contenidos y el hecho de que no hay ningún tipo de novedad dentro de la oferta radial; al indagar qué tipos de programas prefieren escuchar se logró comprobar que prefieren en primer lugar los espacios musicales y de variedades, pero no dejan de lado y marcan en menor medida los culturales, informativos y deportivos.

Al ver los resultados obtenidos en la encuesta se percibió la necesidad de explotar las ventajas de la Internet y proponer una estación que mezcle en su programación propuestas de música: tropical, pop, electrónica y rock, sin ningún tipo de descarga, del material sonoro-musical, por parte del oyente (tal y



como lo determinan las instituciones que velan por los Derechos de Autor), y un sistema de podcast que permita la descarga de las noticias y los diferentes géneros periodísticos radiales ofrecidos.

Para completar el proceso de implementación de la emisora se realizó un análisis del material recopilado. Esto permitió establecer y desarrollar el diseño, más apropiado, de la página Web que acompaña al material sonoro recolectado y está puesto al servicio de los ciberescuchas. La propuesta gráfica agrega a la idea un elemento lúdico, cuyo objetivo es hacer de este proyecto una publicación agradable y fácil de comprender.

## El equipo

Una vez que se logra la infraestructura adecuada y a punto de poner en marcha la emisora, se establece la necesidad de contar con una planta base de personal que se encargará de la coordinación y ejecución de las

diferentes fases del proyecto y de guiar a los practicantes durante su permanencia en la emisora. Este equipo será el responsable de cumplir con los programas planteados en la oferta durante los periodos vacacionales.

Además de lo ya mencionado se debe dejar claro que los estudiantes de las asignaturas de Producción de Radio y Noticieros de Radio, que comparten el programa profesional y tecnológico, tendrán unos espacios asignados para realizar sus prácticas de clase; ese será un trabajo guiado, estructurado y dirigido por el docente encargado de dichas materias, será el material que permite utilizar el sistema de podcast.

## El financiamiento

Por el lado de los costos, se buscan alternativas de financiación, pero finalmente se determina que al ser una propuesta académica de los programas de Comunicación Social y la Tecnología en Producción Radial, los recursos financieros necesarios para el funcionamiento de la emisora parten del presupuesto de la Facultad de Ciencias Humanas, Artes y Diseño, para no generar ningún tipo de compromiso con nadie y poder dar la libertad a los estudiantes de desarrollar sus propuestas sin restricción alguna.

Para cautivar y lograr consolidarse en el mercado de las emisoras universitarias como una opción fresca y novedosa para los oyentes, se hace necesario elaborar un plan de trabajo que permita estructurar y desarrollar el lanzamiento y posicionamiento de la emisora universitaria en Internet, oyemeujtl.

## El futuro

A cinco años se buscará ser una herramienta de servicio para las universidades de Bogotá como fuente de información en la Red, de todos sus eventos, apoyada en la transmisión de una programación musical, cultural y noticiosa.

En el primer año se buscará hacer el lanzamiento a nivel institucional para lograr el reconocimiento e interés de la comunidad estudiantil.



Para el segundo año se tratará de fortalecer la emisora en el grupo objetivo. Se comenzará con la transmisión de la programación habitual planteada en la parrilla y, al igual que todos los años, se cambiará la imagen de la emisora.

El tercer año la estrategia será consolidar y afianzar el contenido para lograr atraer a más oyentes, incrementar el nivel de sintonía de la emisora; y generar propuestas interesantes para conseguir patrocinadores que ayuden a crear un grado de recordación en la audiencia por medio de incentivos.

En el cuarto año se pretende lograr que la audiencia se sienta cada vez más identificada con la emisora, con un mayor sentido de pertenencia con la programación y el equipo de trabajo, a fin de crear nuevos espacios de participación para los estudiantes.

Para concluir la fase inicial, en el quinto año se buscará continuar brindando a los oyentes los programas y contenidos que son de su gusto, los espacios de interacción mejorarán y lograrán un mayor número de participación, para hacer que la comunidad ya sienta la emisora como suya.

Este es un trabajo que pretende contribuir a mejorar la información en la Universidad, dar a conocer a los estudiantes la emisora en la Red, motivarlos e incentivarlos para que interactúen y participen en nuevas actividades de universitarias, además, que quiere informar de manera eficiente acerca de las actividades y eventos de la Universidad, integrar, motivar y mantener un equipo de trabajo compatible e identificado con la nueva emisora, promover el uso y manejo de nuevas tecnologías a partir de medios tradicionales como la radio y ampliar la formación y aprendizaje de los Comunicadores en el campo de las nuevas tecnologías aplicadas a los medios de comunicación.

### Propuestas y conclusiones

La radio por Internet es la oportunidad para que la pluralidad, la acción participativa y la convivencia, sean la constante dentro de una población mundial. Otro punto que ha dejado este estudio es la ratificación de la radio como elemento para que las comunidades o personas sean creadoras de empresas y por ende generadoras de empleo.

Las posibles líneas o proyectos de investigación que se pueden abrir luego del montaje de esta emisora virtual pueden ser el indagar en los usos y consumos

que hacen los jóvenes de estas propuestas a través de la Red, así como un observatorio de emisoras para establecer esos mismos usos, consumos y exigencias de los jóvenes a través del medio tradicional, así como el lenguaje y las estrategias que utilizan los medios para llegar a su público objetivo.

La Radio por Internet, al igual que la radiodifusión tradicional, es un servicio de y para la comunidad, bajo este precepto es importante recalcar que las emisoras por Internet deben ser espacios de interacción de las diferentes comunidades, por ello la pluralidad y el consenso colectivo sean dos elementos siempre vigentes en el funcionamiento. Debe servir para difundir las tradiciones y los valores, además de dar un espacio de expresión y participación a los diferentes ciberescuchas.

El paso a seguir es fortalecer el lanzamiento de la emisora [oyemeujtl.utadeo.edu.co](http://oyemeujtl.utadeo.edu.co) y de este modo fortalecer el proceso de democratización y expansión de los medios de comunicación en Colombia, permitiendo a los distintos miembros y estamentos de una comunidad tener un ejemplo y soporte para diseñar y llevar a la realidad el sueño de tener una emisora propia por Internet, sin llegar a olvidar en ningún momento el material humano y todos los aspectos, legales, técnicos y monetarios necesarios para su consolidación. 📡

### Referencias.

Trujillo, Luis Fernando. *La radio el sonido de la imaginación*. Bogotá: Editorial Época, 2005.

Londoño, Libreros Héctor. *Marketing radial*. Editorial Mc. Graw Hill, 2000.

Ortiz, Miguel Ángel y Federico Volpi. *Técnicas de comunicación en radio*. Barcelona: Editorial Paidós, 1997.

Pérez, Ángel Gustavo y Nelson Castellanos. *La radio del tercer milenio*. Bogotá: Editorial CARACOL, 1998.



Cortésia: Ana Lorena Malluk Marengo

Proyecto comunitario

# Comunicándonos hacia el desarrollo

**Ana Lorena Malluk Marengo**  
Colombiana, docente universitaria  
gestora de proyectos comunitarios.  
ana.malluk@upbmonteria.edu.co

Pensar en desarrollo es hablar en cierta "medida" de crecimiento y transformación; pero también es referirse a la capacidad que tiene un grupo social, comunidad, región o país para hacer frente a sus necesidades presentes, sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones, con gestión

*La comunicación participativa mejora los ambientes, motiva a la ciudadanía y la hace tomar conciencia sobre los problemas para que las soluciones provengan desde el interior de los actores implicados.*

sostenible de los recursos naturales y buen uso de los bienes físicos y tecnológicos.

Son grandes los obstáculos en torno al desarrollo, más aún, cuando las comunidades, regiones o naciones enfrentan desequilibrios en sus estructuras económica, política, social, ideológica y física. Problemas que arraiga el modelo capitalista, la desintegración de gremios, la quiebra de micro y macro empresas, la pobreza, los gobernantes sin compromisos, la centralización, la corrupción, el dualismo de clases sociales, el individualismo, el inmediatismo, la carencia de identificación cultural, el dominio territorial, entre otros, empeoran aún más el panorama.

Todo ello no sólo dificulta el desarrollo, esto sumado al bajo nivel tecnológico y a la desorganización social evidencia aún más la problemática. La transformación de los pueblos exige un crecimiento a partir de un cambio estructural que impulse a los individuos al buen uso de las tecnologías de punta y a su ordenación como sistema social, ya que por sí solas no pueden constituir una respuesta adecuada, si la cultura y la identidad no ocupan el centro de la discusión.

Es así como la organización social se convierte en un fuerte componente del desarrollo, ya que supone un estudio profundo de las formas de pensamiento, organización, y transmisión de información y mensajes de sus integrantes. Se presenta entonces la comunicación como herramienta asertiva para interpretar esta realidad, como una estrategia sin igual que propone imaginarios y motiva a las comunidades hacia la movilización.

A través de la historia se ha demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia; entonces ¿por qué no aprovecharlos para conducir a las personas hacia este cambio que propone el desarrollo?

Según Luis Beltrán, la comunicación planificada y organizada -sea o no masiva- es un instrumento clave para el logro de las metas prácticas de instituciones y

proyectos específicos que buscan el desarrollo, ya que permite planear estrategias, alcanzar metas, fortalecer la democracia, incrementar el respeto a los derechos humanos, y en fin, mejorar el proceso propuesto, ya que el desarrollo se logra en la medida en que los actores que lo integran participen, se movilicen y compartan información.

El inicio de la comunicación participativa y sus efectos en los procesos de transformación, se remonta a los años ochenta cuando Estados Unidos y Europa evidencian movilizaciones sociales. A pesar de su comienzo, es en América donde adquiere el mayor auge, y da paso a una comunicación para el cambio social. *Alfonso Gumucio sostiene que Latinoamérica lleva la delantera en cuanto a la cantidad y calidad de experiencias de la comunicación participativa, y la radio ha sido entre todos los medios de comunicación el más importante para el desarrollo y los cambios sociales.*

Julio Benavides habla de comunicación participativa, comunicación para el cambio social, o comunicación alternativa para referirse al nuevo modo en que se traduciría la comunicación para el desarrollo, considerada un enfoque crítico, de concepción impugnadora y movilizadora, con sentido concienciador y basado en rupturas con toda expresión oficial (131).

## **El proyecto**

La Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana de Montería, en Colombia, ha venido trabajando desde el año 2006 en este tipo de comunicación, la cual de manera original ha logrado integrar la investigación, la docencia y la proyección social; este último factor permite sobrepasar las fronteras formales de las instituciones educativas para construir un diálogo cierto y productivo con los actores de la realidad, sus necesidades, intereses y hasta sus sueños.

A pesar del gran impacto que logra el uso de la comunicación en proyectos de desarrollo, universidades, medios y gestores de proyectos, la

siguen marginado. Algunas instituciones preparan a los comunicadores en medios masivos y en su uso para fortalecer la opinión pública y la visibilidad institucional, relegando la comunicación para el desarrollo a un segundo plano. Por su parte, los medios de comunicación, privilegian el manejo masivo de la información, sin tener en cuenta las enormes inversiones que exigen y el impacto que logran en personas analfabetas; los financistas invierten dinero en la compra de recursos físicos y materiales, y olvidan asignar personal y presupuesto para las acciones de comunicación; el hecho de que estos proyectos sean liderados por economistas, ingenieros y técnicos impide la comprensión de temas culturales y sociales que son centrales en una estrategia de comunicación.

Por esta razón, concientes de la importancia de la comunicación como herramienta primordial de transformación social, esta Facultad de Comunicación Social establece lineamientos de proyección social que contienen el desarrollo comunitario como un fuerte componente de la gestión académica. La finalidad principal del Programa según Malluk es "involucrar a la totalidad de la comunidad educativa en la investigación, reflexión, discusión y participación de temas y problemáticas coyunturales que involucren procesos sociales y comunicativos; y que además, aporten a la construcción de una sociedad con miras a la integración de su realidad local, regional, nacional e internacional y a la generación de procesos de desarrollo, que permitirán la reflexión continua acerca de la dimensión social del comunicador en el contexto y su participación activa como promotor y facilitador de desarrollo" (2008b).

El anterior panorama impulsa a los estudiantes universitarios a visualizar la comunicación como un instrumento para promocionar el debate público; crear y mantener redes de diálogo; facilitar el proceso de construcción de intereses, espacios e imágenes comunes; producir de manera amplia y concertada la agenda pública; formar democráticamente a las comunidades en la escucha, el respeto y el consenso; crear espacios de participación, manejo de conflictos, y vida cotidiana que alimenten las decisiones ciudadanas; crear y recrear lo público; posibilitar la expresión y el diálogo plural y creativo; inducir a la sociedad en su encuentro con el pasado, el presente y el futuro; y hacer que la comunidad se empodere de su propio desarrollo.

La responsabilidad social que cumple el Programa con su entorno conlleva a "incluir en el currículo asignaturas, prácticas, consultorías, programas de

extensión, proyectos comunitarios, e investigaciones sociales que conduzcan a los estudiantes, desde la teoría hasta la práctica, desde el aula hasta el entorno, a la reflexión de la problemática actual y a la puesta en marcha de iniciativas y proyectos que mejoren la calidad de vida de las comunidades vulnerables" (Malluk: 2008b).

Es así como surgen experiencias significativas de participación comunitaria como el **Proyecto Amigos del Parque**, una propuesta comunicacional que inició en el año 2006, en el seno de la asignatura Comunicación para el Desarrollo y que propone el uso de medios masivos y alternativos como estrategias para involucrar, conducir y sensibilizar a la comunidad de la ciudad de Montería en la búsqueda de un buen entendimiento de su realidad local, así como del contexto socio-cultural. "De esta manera se escoge el Parque Ronda del Río Sinú, epicentro de alto impacto en la región, como escenario propicio para generar reconocimiento del lugar y de sus normas, respeto y cuidado por la fauna y flora, apropiación de la comunidad hacia lo propio, movilización social y cultura ciudadana" (Malluk: 2006).

## El uso mediático

El uso de la radio ha vislumbrado como el más importante para generar cambios sociales, pero también el video, el teatro, y la Internet, han contribuido al auge que ha tomado la comunicación en los últimos años. No se equivoca Alfonso Gumucio en su libro *Haciendo Olas* al llamar a la radio como el medio de las pequeñas olas y los cambios gigantescos; al video como la imagen de la identidad; al teatro como la representación de la vida cotidiana; y a las nuevas tecnologías como el modelo para armar.

La radio ha sido durante más de cincuenta años el instrumento más atractivo para la comunicación y el desarrollo participativo; es la herramienta comunicacional más extendida en el mundo y el medio ideal para provocar cambios sociales. Se la conoce como el medio para expresar las ideas de la minoría (las voces del pueblo) y no solo ha sido fundamental en los cambios sociales, sino que de algún modo ha inventado la comunicación participativa.

El video es la imagen de la identidad, aparece a partir de los años sesenta y setenta como un instrumento alternativo para la comunicación y el desarrollo participativo. Este medio es una herramienta de apoyo a la educación, la identidad cultural, la organización y la participación política, debido a su bajo costo de producción y operación, a la

creatividad y capacidad de adaptación a contextos sociales y culturales, a su convergencia con programas de Internet de alto contenido visual, y a su capacidad de ver inmediatamente lo grabado.

El teatro, las marionetas, la danza y la música siempre han estado enraizados en las tradiciones culturales y en las expresiones artísticas de muchas comunidades tercermundistas. El teatro es considerado un medio de comunicación tradicional que simboliza la participación colectiva y el entretenimiento de las comunidades y que estimula el trabajo en equipo, la creatividad, los juegos y las artes de representación.

Las nuevas tecnologías surgen como herramienta para el cambio social, y se convierten en una gigantesca vitrina virtual que favorece el intercambio de información. La aplicación e introducción de la Internet en las comunidades merecen grandes desafíos, más aún cuando éstas carecen de sus necesidades básicas.

De esta manera el **Proyecto Amigos del Parque**, al hacer uso de medios de comunicación masivos y alternativos, busca generar un cambio significativo en los ciudadanos, mediante la ejecución de diferentes formas de expresión como la radio, el video, el teatro, los títeres, la fotografía, la pintura, entre otros, que contienen mensajes populares, educativos y a la misma vez lúdicos que fortalecen, organizan y transforman a la población hacia el diálogo, participación, democracia, esparcimiento y formación de valores.


Malluk sostiene que "la finalidad de principal de esta práctica comunitaria es proponer desde la docencia experiencias investigativas y de reflexión que formaran en el estudiante competencias que le permitan dar alternativas de solución a las necesidades de su entorno, acercándolos a la realidad social que vive su país, su región y su localidad, descubriendo en los procesos adelantados, el rol fundamental de la comunicación y por ende del Comunicador Social en los proyectos que generen desarrollo integral" (2007).

Las experiencias de comunicación participativa enseñan al discente a no preocuparse sólo por los recursos financieros y físicos al gestionar proyectos, sino también a entender que desde la comunicación los seres humanos son sujetos en relación, que participación comunitaria es sinónimo de democracia, que los intereses colectivos priman sobre los particulares, que los ciudadanos tienen derecho a estar informados y a expresarse libremente, que a través de la acción colectiva se generaran grandes cambios; que comunicación en esencia es educación: es el encuentro del sujeto consigo mismo y con su realidad.

## Los actores

Actualmente el Proyecto Amigos del Parque sigue siendo liderado por la Facultad de Comunicación Social - Periodismo de la UPB Montería con el apoyo de la empresa Parques Nueva Montería, entidad administradora de la Ronda; la Policía de Turismo de Córdoba y la empresa privada. Está dirigido a estudiantes de educación básica con edades entre los 6 y 12 años, de las instituciones educativas ubicadas en la zona de influencia del Parque.

No es tan difícil comprender el gran poder de la comunicación en el desarrollo: es la imagen de la identidad, la representación de la vida cotidiana; el modelo para armar, el encuentro del individuo consigo mismo y con su realidad, es el medio para encontrarse con el pasado, presente y futuro, es más que la disciplina específica que contiene el factor clave en la construcción de desarrollo y democracia.

Este ejemplo permite ilustrar que la comunicación así concebida, se hace y transforma constantemente en un ejercicio trascendental en el devenir humano, dimensionando en la capacidad de escucha, la primera necesidad que reconoce al otro como principio para el desarrollo. 

## Referencias:

- Beltrán, Luis. *Comunicación para el desarrollo: una evaluación al cabo de cuatro décadas*. Lima: Mineo, 1995.
- Benavides, Julio. "La comunicación en contextos de desarrollo: balance y perspectivas" en *Signo y Pensamiento* (1998).
- Gumucio, Alfonso. *Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*. La Paz: Plural Editores, 2001.
- Malluk, Ana. *Diagnóstico de Comunicación Comunitario del Parque Ronda del Río Sinú*. Montería: Facultad de Comunicación Social - Periodismo UPBM, 2006.
- Malluk, Ana. "Estructura Organizacional y Funcionamiento del Comité de Proyección Social de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo UPBM. Montería: 2008a.
- Malluk, Ana. "Lineamientos de Proyección Social de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo UPBM". Montería: 2008b.
- Malluk, Ana. "Proyecto Amigos del Parque". *Comunicar*. 14 de agosto de 2007:12.



Comunicación organizacional:

# InMINENTES conexiones para la transición

**Renato Dias Baptista**

Brasileño, magíster en Comunicación por la Universidad Estadual Paulista, docente de la UPSP.

rdbapt@gmail.com

*Y a quién preguntar cuando el viento sopla.  
Responda que ya sopló.  
Oswaldo Montenegro*

*Los integrantes de las organizaciones deben estar dispuestos al cambio y a la adaptación constantes, pues solo así, la información y la comprensión del mundo actualizarán y reinventarán a la institución.*

Las empresas de América Latina buscan resistir a los impactos de la globalización y de las nuevas tecnologías. Independientemente del tamaño o sector de actuación, en mayor o menor intensidad, todos están expuestos a las altas presiones de la competencia sin fronteras. Frente a este escenario, es fundamental encontrar mecanismos que propicien el cambio de manera cooperativa, integrada y estratégica. Estas medidas indican una necesaria revisión de los procesos de comunicación que, como ocurre en las estructuras jerárquicas, deben migrar a acciones participativas.

En las empresas, el tiempo es rediseñado de acuerdo con la evolución tecnológica. Somos dependientes de un ritmo de trabajo cada vez más rápido, de gran ansiedad en relación con las tecnologías que nosotros mismos creamos. Sin gestión, vivimos en la similitud de las películas de ciencia-ficción, la criatura que se rebela contra el creador. Por ello, es importante interpretar la situación actual de las empresas, sin ignorar el contexto de la velocidad y reconociendo las brechas culturales, y utilizarla como un elemento que se ajustará a las tácticas para transición de los escenarios

En el contexto actual, las empresas están valoradas en relación a la adaptación, el grado de automatización e informatización, la rapidez por la atención al cliente y la reducción de los procesos de fabricación. El concepto de "velocidad" cambia su valor semántico en cada momento, es suficiente la actualización de un mecanismo, un equipo o un elemento que engendre una nueva disposición para que todo sea redefinido.

Las concepciones sobre el trabajo también están asociadas en esta complejidad. No es suficiente sustituir las piezas, debemos repensar al empleado. Él debe ser más ágil y, sobre todo, más adaptable a los nuevos ambientes, después de todo, no hay empresas plenamente robotizadas; hay gente que hacen, entre muchas otras tareas, la operación de sistemas, la redacción de textos, la gestión del personal, el proceso de ventas, las relaciones con los clientes y los que

crean las ideas. Son peculiaridades que todavía compondrán las próximas décadas de este siglo. Fue así en el pasado, cuando la velocidad de producción fue integrada en los estudios *fordistas*, *tayloristas*, *fayolistas*, *toyotistas* y necesitaban que los empleados, de las oficinas y líneas de montaje, fuesen capaces de comprender la evolución empresarial.

En los tiempos pasados, la *información* consiguió resultados favorables porque las empresas eran sistemas autocráticos; *la disciplina era más importante que la comprensión*. Hoy, o transformamos información en comunicación y conocimiento o nuestra identidad perecerá.

Este cambio debe garantizar la capacidad del aprendizaje cognitivo, incorporar nuevos conceptos de trabajo, transmitir la cultura y la lengua con sus significados, gestionar la reducción de los niveles y abarcar toda extensión verbal y no verbal.

Así, a pesar del rápido ritmo que las empresas requieren para la fabricación de productos, prestación de servicios o generación de ideas, sólo una gestión inteligente de la comunicación puede garantizar el éxito de las transiciones tecnológicas.

### **La conexión urgente**

Las empresas se encuentran bajo la presión de las acciones en línea que conforme Aubert (2003), estas crearán la dictadura del tiempo real, la lógica del lucro inmediato de los mercados financieros y la economía instantánea apoyada por las tecnologías y una combinación de los métodos de gestión que gobiernan en nuestra sociedad.

Vivimos en la angustia del mañana, en las fluctuaciones de las bolsas de valores, en la obsolescencia exigida por los empresarios y por los grandes accionistas, en el intervalo entre una creación tecnológica y otra.

Según Trivinho (2001:84) "en un mundo regido por la velocidad, las tecnologías son consideradas como



religión por las industrias, por la publicidad y por los consumidores; se presentan como un espectáculo cotidiano".

En las empresas, la presión está dirigida a los empleados. Ellos deben absorber los cambios rápidamente, ser flexibles y estar dispuestos a abandonar el pasado, pues la obsolescencia tiene la fecha programada, cada vez más temprana en comparación con los tiempos pasados.

Muchos años han transcurrido desde el primer equipo desarrollado para la producción a gran escala hasta los sistemas automatizados. Pero hoy, las tecnologías de fabricación y los ordenadores con sus *softwares* cambian con gran ímpetu; el tiempo necesario para asimilar y producir resultados está demostrando enormes contracciones.

En comparación con las tecnologías anteriores, salimos de la lentitud a la evolución y somos lanzados para la transición, para lo ultrafugaz.

### El comportamiento y la tensión

Cuando hablamos de las contracciones en el tiempo, debemos interconectar a las personas, porque, a pesar de que los cambios exigen adaptaciones de comportamiento, esto no ocurre con una aceleración similar a la compra de una nueva tecnología. Esta es la mayor tensión en el entorno corporativo, que está orientada hacia una flexibilización del comportamiento y que debe acompañar los avances tecnológicos que, en muchas empresas, se realizan esporádicamente, lo que origina brechas en el conocimiento.

Pero, ¿cómo ser flexible en un ambiente lleno de brechas? Cuando una empresa tiene fisuras en el camino de su desarrollo, los funcionarios tienen restricciones en el uso de las tecnologías. En este tipo de entorno, los recursos humanos no están cognitivamente preparados para la absorción de los conocimientos lejos de lo que ellos poseen.

Las tensiones se reflejan en el comportamiento, sobre todo, cuando la organización quiere acelerar las innovaciones con intento de actualizarse. Así, las resistencias se multiplican y los efectos cognitivos interfieren en las propuestas de una gestión participativa, en la modificación de las funciones, en la responsabilidad social interna y externa, en las estructuras de distribución del poder, en el diseño de las funciones múltiples, en la integración de las áreas y en la aplicación de las normas de calidad.

No basta informar a los equipos que la organización cambió a un sistema de participación, pues no es suficiente para garantizar que los funcionarios acepten sin restricciones. Es necesario enseñar la importancia de la participación, enseñar a participar, porque para aquellos que vivieron los preceptos del autoritarismo, se requiere una transformación evolutiva en la cognición (Baptista, 1997).

La intensidad de los comportamientos restrictivos es influenciada por la extensión de un *gap* cognitivo. Migrar de un método autoritario a un modelo participativo, por ejemplo, puede ser tan complejo como dejar una máquina obsoleta y utilizar una tecnología de punta. De este modo, la tensión no es solo causada por las nuevas tecnologías, lo es también por las técnicas que circundan la gestión.

### La comunicación y flexibilización

Las organizaciones deberían abandonar los mecanismos que son únicamente de información interna y utilizar los fundamentados en una comunicación integral. Para la eficacia de este eje estratégico, la empresa debe basarse en los estudios sobre la cultura empresarial y del clima corporativo. Este es el análisis que permite la identificación de las variables que componen la comunicación. Desde una simple verificación de los niveles de educación de los funcionarios a un examen profundo en los conceptos sobre el trabajo y la empresa, que posibilitará una comunicación efectiva en la organización. Si solamente informamos, no tenemos posibilidad de gestionar de todas las variables, principalmente en empresas que están en fases de cambio más drásticos como los que ocurren en transiciones de los modelos rígidos a flexibles. Es así en la empresa, es así en la sociedad.

De acuerdo con Adler (2003), todas las actividades están relacionadas con la comunicación; el liderazgo, la motivación, la negociación, la toma de decisiones, la solución de problemas y el intercambio de información, se basan en la capacidad de los directivos y subordinados, de una cultura, en comunicarse con sus compañeros, clientes y proveedores de otras culturas.

La comunicación, por tanto, depende de los valores culturales y estos valores, a su vez, deben integrar la comunicación y hacerla estratégica.

Keyton (2005) explica que la cultura limita lo que vemos y cómo nosotros la interpretamos, pero

también ayuda, pues posibilita una dirección y un sentido a lo que sucede; es en este escenario que debemos trabajar.

Estas interdependencias indican que es necesario salir de la adaptación con la vieja retórica de los planes de comunicación basados en un flujo con una lógica cartesiana, dirigida a las ideas de un emisor y receptor separados para migrarnos en una relación comunicativa en conexión con una cultura.

Esta característica, peculiar y no en masa, es típica de los nuevos ambientes de trabajo; nuevos aunque híbridos, tienen desde los antiguos modelos mecanicistas hasta las formas flexibles. Estos sincretismos son factores comunes en las sociedades que sufren las interferencias globales en relación con las tecnologías, las técnicas de trabajo y los cambios en las culturas empresariales.

Así, la velocidad está relacionada con los procesos de comunicación, sin esto todo intento de cambio son solo espasmos racionales. Los vínculos de la comunicación a los ritmos rápidos requieren determinaciones sobre la identidad del receptor y las respuestas a las preguntas de cómo, cuándo y dónde comunicarse.

Esta complejidad fomenta una ruptura en la ética de la organización, por lo tanto, no invertir en entrenamiento del recurso humano y exigir que los cambios propuestos se sigan sin restricciones, es tan absurdo como el persistente retroceso de una empresa. Esta actitud permite la aparición de las disonancias; profanan la comunicación organizacional y la tornan tan contraproducente como los simples procesos informacionales. En la opinión de Castells (2003), no es por falta de cualidades que una persona incorpora una mano de obra sin calificación. Esto ocurre porque se dejó de invertir en el capital intelectual.


### Adaptarse al cambio

El intento de sobrevivir en un ambiente organizacional mutable está relacionado con la capacidad de adaptación y comprensión de los mecanismos que garanticen la continuidad de un sistema. En este sentido, nuestro énfasis está en dirigir la necesaria composición de las variables que garantizan una estrategia.

Los viejos sistemas informativos están cercanos a los estilos autócratas que buscan una directriz que no

toma en cuenta las peculiaridades humanas. Cuando cambiamos a los estilos de participación, hacemos que las diferencias humanas sean elementos que deben componer la comunicación eficaz. Así, en un contexto empresarial, podemos encontrar en las distintas áreas de trabajo, funcionarios con opiniones diferentes, habilidades cognitivas no estandarizadas y diferentes conexiones con ambientes externos -*stakeholders*.

En las sociedades o en las empresas, este proceso es lento y requiere un intenso trabajo, pues tenemos diversos grupos dentro de una empresa o dentro de una sociedad y que están en momentos desiguales en relación a lo que la globalización, de *los más ricos*, impone.

No debemos vivir entre el discurso y la práctica, entre el deseo de cambio y la falta de recursos humanos, entre uno u otro lado del abismo; o aprendemos a trasponer o generaremos, cada vez más, la exclusión de los individuos, de las organizaciones y de los países. 

### Referencias:

Adler, N. J. *International dimensions of organizational behavior*. Toronto: South-Western, 2002.

Aubert, N. *Le culte de l'urgence*. Paris: Flammarion, 2003.

Baptista, R. D. *O processo de comunicação e clima organizacional na entrada de novas tecnologias*. 1997, 157f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 1997.

---- *Involuções corporativas: perspectivas críticas sobre a gestão de pessoas, comunicação e cultura nas organizações*. São Paulo: All Print, 2007.

Castells, M. *Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

Trivinho, E. *O mal-estar da teoria: a condição crítica na sociedade tecnológica atual*. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

Keyton, J. *Communication & Organizational Culture: a key to understanding work experiences*. London: Sage, 2005.



Apoyo educativo :

# Ambientes Comunicativos de Aprendizaje

**Julián Darío Forero Sandoval**

Colombiano, comunicador, docente universitario,  
magíster en Educación  
julforero@hotmail.com

El presente artículo es producto de una investigación sobre el uso de los recursos didácticos implementados por los docentes de educación superior<sup>1</sup>. Propuesta que fusiona el rigor investigativo con toda la riqueza interpretativa y referencial del quehacer pedagógico.

1. Diseño de un modelo de comunicación audiovisual como herramienta creativa que permita el mejoramiento de la didáctica en los docentes de la Universidad Pontificia Bolivariana -UPB-. Forero Sandoval Julián Darío y Vargas Díez Juan Carlos. UPB Montería 2008.

## *Diseñar y construir productos audiovisuales como complemento a las exposiciones docentes va más allá de repetir los contenidos, deben ser coherentes con el discurso y tener significación autónoma.*

Este trabajo se ha construido como un ejercicio para modelar ambientes de aprendizaje, pensado para el presente, para el ahora, sin más espera; trascendentalmente cercano para todos aquellos que dejaron de ser alumnos (sin luz) y hoy se les comprende como educandos, en una relación entre-iguales y sin iguales.

### **Re-Mirando la didáctica tradicional**

En el mundo de la educación, la pedagogía y la didáctica son dos elementos estructurales que le dan sentido y caracterizan el proceso de enseñanza-aprendizaje. Sus fundamentos teóricos y formas de ser interpretados y aplicados son tan diversos como sus modelos y corrientes. Sin embargo, subsiste en algunos ambientes cierta hostilidad. Quizá se deba a la aparición de lo que Porcher llama "la élite irresponsable", que actúa como rival de los educadores al hurtarles uno de sus principales papeles, "intermediario cultural que tiene el cargo y la vocación de transmitir el saber" (Porcher, 1974).

De manera tradicional nos encontramos con una realidad que nos "enseña" el uso del recurso o del medio con características e intenciones similares para cualquier tipo de ayuda didáctica. ¿Qué diferencias conceptuales y de manejo de lenguaje hay entre el uso del tablero y el uso del *Video Beam*? ¿Cuál entre el uso del video y los acetatos?

Estas características y sus funciones, se sintetizan así:

- Los recursos didácticos proporcionan información al alumno.
- Son una guía para los aprendizajes, nos ayudan a organizar la información que queremos transmitir.
- Ayudan a ejercitar las habilidades y también a desarrollarlas.
- Permiten evaluar los conocimientos de los alumnos en cada momento.
- Proporcionan un entorno para la expresión del alumno.

Estas orientaciones generales alientan el uso de los recursos didácticos, pero le han hecho perder su singularidad, tanto por sus características técnicas para

su diseño y elaboración, como por su lenguaje como forma de expresión comunicativa original.

### **El referente investigativo**

Bajo esta realidad, el trabajo planteó de qué manera el diseño de un modelo de comunicación audiovisual, como herramienta creativa, permitiría el fortalecimiento de la didáctica en docentes de educación superior.

Los proyectos más innovadores son el resultado de la iniciativa de equipos de profesores entusiastas que han aceptado invertir un tiempo considerable en estos experimentos, como lo sustenta el Informe de la Comisión al Consejo y al Parlamento Europeo, "Concebir la Educación del Futuro. Promover la Innovación con Las Nuevas Tecnologías". Se trabajó un diseño que se circunscribió a la investigación transversal correlacional. Su propósito fue describir dos categorías de estudio y analizar su incidencia e interrelación en un solo momento (primer semestre de 2008) tanto en docentes como en estudiantes.

### **Usos, gratificaciones y ergonomía**

En estos indicadores se hacen más que evidentes las diferencias entre docentes y estudiantes. Los primeros están muy convencidos de la utilidad de sus recursos didácticos implementados en el aula de clases y de la gratificación que ello genera para favorecer la construcción del conocimiento; sin embargo, los estudiantes marcaron una tendencia contraria, al considerar que dichas herramientas son pensadas y aplicadas exclusivamente para el interés y las necesidades de los docentes, lo que les lleva a asumir una postura pasiva en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

### **Video beam vs. tablero**

En el esquema que sintetiza el uso de ayudas didácticas más generalizada con tecnología y/o de manera tradicional, se destacaron resultados significativamente contradictorios:

- Mientras que un 44% de los docentes afirmó que la ayuda más utilizada por ellos es el *Video Beam*, el 89%

de los estudiantes aseveró que el tablero es el más usado por los docentes. Cuando un 56% de los docentes aseguró que el *Video Beam* es la herramienta que más le facilita la presentación de sus clases, el consenso de los estudiantes fue que era el tablero.

### Nivel de creatividad

Mientras el 86% de los docentes consideró que sus ayudas son creativas, el consenso de estudiantes piensa lo contrario.

Los argumentos que sustentaron las respuestas de los docentes para considerar que las ayudas eran creativas, se consolidaron en tres dimensiones (conceptual, estética e instrumental), en donde prevaleció lo conceptual por encima de lo estético y de lo instrumental, al dejar la percepción que en lo creativo los docentes son discursivos y no prácticos.

En ese sentido, cabe destacar que para los estudiantes el ejemplo es la mejor manera como el docente manifiesta su creatividad en el uso de los recursos; ellos consideran que muchos docentes exigen una serie de habilidades que no poseen: oralidad, expresión corporal, diseño estético de diapositivas que llamen la atención, entre otras.

### Relaciones semántico-semióticas y construcción icónica

Para el 76% de los docentes, en la construcción icónica de las ayudas hay una estrecha relación entre discurso e imágenes, que configuran sus ayudas; mientras que el 24% hace un manejo simbólico de la ayuda.

En esta compleja dualidad, los estudiantes identificaron a la construcción signíca de las ayudas como una estrategia rutinaria y monótona, que crea obstáculos y entorpece el aprendizaje. Para algunos, no es más que el famoso *karaoke* en donde el docente "recita" lo que está escrito.

### Fomento a la participación crítica y activa de los estudiantes

Conceptualmente los docentes siguen creyendo en las bondades del recurso didáctico; para el caso puntual de la investigación en mención, el 100 por ciento de los educadores consideró que las ayudas fomentan la participación activa y crítica de los estudiantes; sin embargo, para el consenso de los estudiantes investigados, no es así.

### Planeación y uso de las ayudas

Este otro indicador que hace parte del modelo de comunicación audiovisual como categoría de estudio, del cual da cuenta de manera autónoma el docente, fortalece la tendencia teórica y conceptual de los educadores entorno a la noción que se tiene del uso de las ayudas educativas; es decir, que se hace evidente, en un alto porcentaje de los docentes, la claridad conceptual del por qué y para qué de las herramientas utilizadas dentro del aula de clase.

### Definición del contexto

Re-Conocer a las personas, el ambiente, las posibilidades y limitaciones del aula de clases es el primer deber que tiene todo aquel que se considere docente. En esa medida, parece que cada vez nos distanciamos más docentes y estudiantes. En la investigación, los resultados arrojaron que el 85 por ciento de los docentes define con claridad el contexto donde aplica sus ayudas educativas; sin embargo, los estudiantes investigados no llegaron al consenso.

### Desarrollo de habilidades

Es en este último indicador en donde estudiantes y docentes lograron construir puntos de encuentro a sus necesidades e intereses educativos. Lo que permite inferir que el educando "exige" cada vez más contenidos que tengan sentido en el mundo real, en la vida práctica, y en esta dirección las ayudas didácticas parecen ser las herramientas más adecuadas para acercar a las generaciones.

Cuantitativamente el 75 por ciento de los docentes afirmó tener evidencias que les permite demostrar que el empleo de los recursos didácticos propicia el desarrollo de habilidades en los estudiantes. Sus argumentos se sustentaron en una mejor comprensión de los contenidos y consecuentemente un mejor rendimiento académico.

De esta manera se presentan los resultados más significativos de la investigación *Modelo de Comunicación Audiovisual a partir del uso de herramientas creativas para el fortalecimiento de la didáctica aplicada por los docentes de la UPB Montería*.

Lo importante es que se interprete y comprenda a la luz de su realidad; seguramente encontrará elementos de juicio que no apuntan en la misma dirección de su labor docente.

## Un símbolo... más que mil palabras...

La pedagogía apuesta a lo simbólico, mientras que la instrucción lo hace con lo signico.

Una educación que se sustenta solo desde el mundo convencional de los signos está hecha para acumular información repetitiva, "calificando" cuánta de esa información se memoriza y cuánta no. Una educación que se construye desde la comunicación simbólica atrapa la información necesaria para reconceptualizarla, dando sentido al conocimiento y la formación, superando la frontera de lo instrumental, cualificando los procesos y los resultados en una balanza justa e igualitaria.

¿Cuántos referentes seguimos enseñando a pesar de que han perdido sentido entre nuestros educandos? Nuestra tarea primaria es revisar, trabajar y revalidar los significados de lo que enseñamos.

Cuando en la educación fomentamos tan solo el intercambio de códigos contruidos de manera signica, cortamos la comunicación y le apostamos de manera instrumental a la transmisión de información, concibiendo a los seres humanos como máquinas emisoras y receptoras de datos que, aunque carezcan de sentido, se repiten una y muchas veces.

¿Hace cuánto no renovamos los recursos y discursos de lo que enseñamos? ¿Qué significa para la vida de nuestros educandos el contenido de lo que estamos enseñando? ¿Enseñamos solo para dar cuenta de la información en una evaluación? ¿Cuántos años tiene nuestro contenido programático sin una letra de actualización?

El símbolo, por un lado, hace más compleja la economía del discurso, por el otro, la enriquece. El problema se empieza a resolver cuando la comunicación es una competencia puesta al servicio del diálogo y la confrontación de ideas. Esa es la compleja naturaleza del símbolo: no parte de referentes, y mucho menos de significados preestablecidos; por el contrario, la construcción de lo que es y significa, se logra en el instante de la comunicación, con la gran posibilidad de favorecer la crítica y sus contrapartes y contradicciones.

Nuestros ambientes de aprendizaje deben permear la realidad a través de un sano equilibrio enseñanza-aprendizaje, tanto de los signos como de los símbolos.

Finalmente, la alegoría es una representación cuyo fundamento responde más a criterios estéticos, pues su intención comunicativa es exagerar la realidad para "llamar la atención" sobre asuntos que han perdido

interés entre la gente. Aunque no es fácil incorporar las expresiones alegóricas a los ambientes educativos, se deben favorecer los caminos y mecanismos para aquellos educandos que se comunican a través de vías tan subjetivas como ésta, pero que bien focalizadas dentro de los contenidos propios de las áreas del conocimiento, seguramente ayudarán a complementar la capacidad cognitiva de todos.

¿Y usted, qué tan signico, simbólico o alegórico es en su ambiente de aprendizaje? De eso se trata la comunicación signica, simbólica y alegórica puesta al servicio de la educación; comprendida como prolongación de los sentidos, donde olfatear, degustar y palpar son elementos que propician condiciones más favorables para escuchar y expresar, más allá del diseño propio del medio a través del cual se soportan los contenidos.

## A manera de reflexión final

Las formas comunicativas actuales exigen un cambio conceptual e instrumental de la didáctica y de la personalidad del docente:

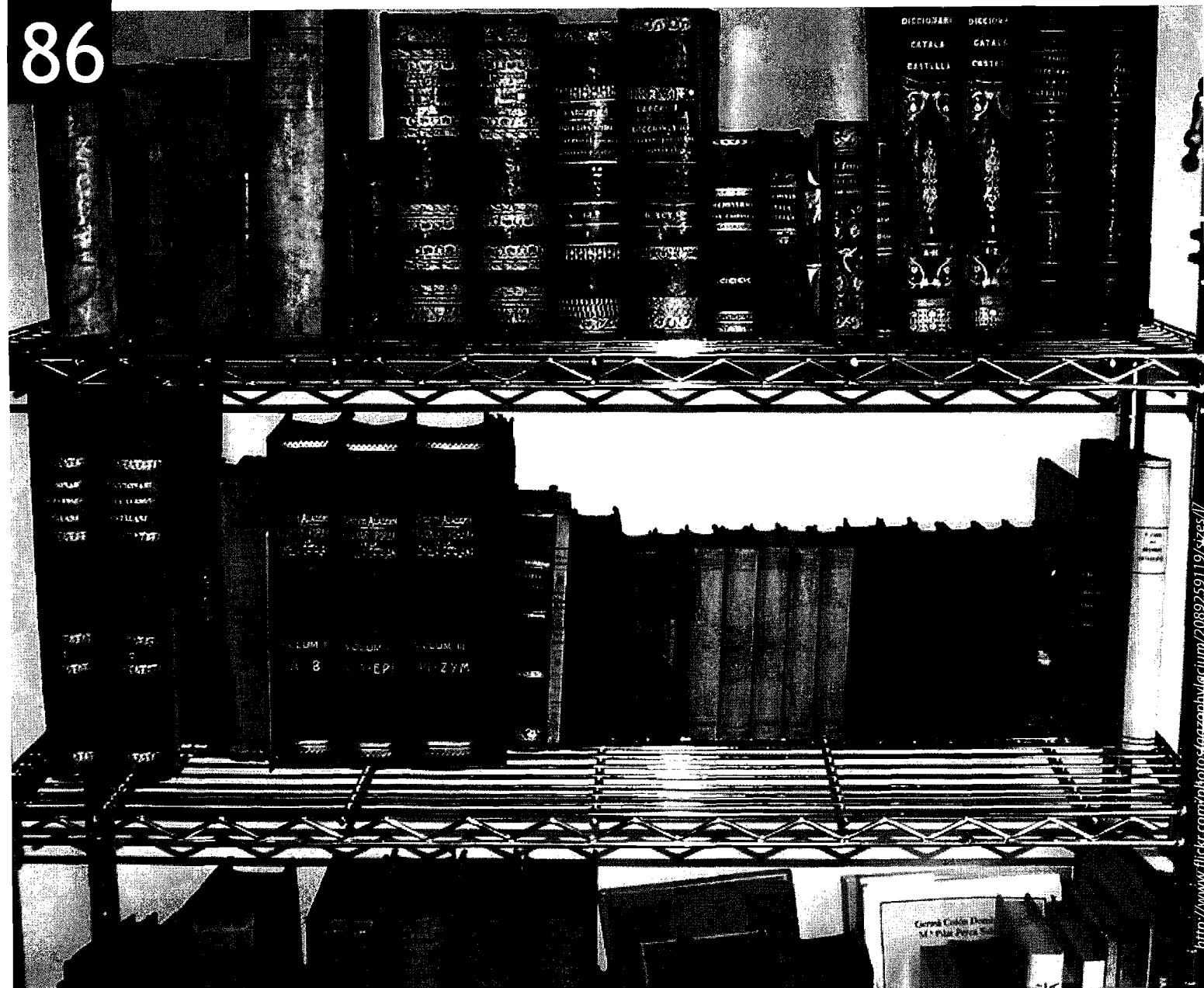
Desde el mundo científico se deben construir formas de comunicar las técnicas, herramientas y tecnologías al servicio del trabajo intra/inter disciplinar.

El cuerpo humano, como mediación pedagógica, se debe dimensionar como la "multimedia" mejor dotada que posee el docente por el uso didáctico de su voz, su cuerpo y todos sus sentidos al servicio de la enseñanza-aprendizaje.

El horizonte en la relación docente-educando ya no puede seguir cuestionando quién posee más o mejor información; son los caminos del conocimiento por construir los que ponen en el mismo escenario y con igual posibilidades de enseñanza-aprendizaje a unos y otros.

El cambio debe centrarse en los nuevos lenguajes y sus narrativas, y no exclusivamente en la alfabetización e incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación en los espacios universitarios.

Desde esta dimensión se propone un posible modelo de comunicación audiovisual que favorezca, en primera instancia, la rica diversidad de la comunicación humana como herramienta pedagógica que dé soporte a la formación integral de los educandos. Consecuente con ello se busca sistematizar las posibles y reales opciones didácticas de las tecnologías de la información en el marco de las realidades locales, buscando con ello comunicar a docentes y educandos en el mundo del siglo XXI.



Diccionarios y manuales:

# Los auxiliares del escribiente

**Elking Raymond Araujo**

*Comunicador y corrector de textos.*

*earaujo@plus.net.ec*

Todo aquel que escribe o que habla en un medio de comunicación, tiene una responsabilidad con la lengua que emplea. Y esa responsabilidad tiene que ver con el espejo y modelo lingüístico en el que se convierte: en él ven, los lectores y los oyentes, el reflejo del uso de la lengua, y lo convierten en su referente. La responsabilidad, vista así, es enorme. Aquí, algunos consejos para que nuestro trabajo de escribientes sea mejor cada día.

*Los diccionarios, impresos o en línea, son las mejores herramientas para todo escritor: profesional, ocasional, estudiante. Su uso se debe generalizar en todos los ámbitos cuando somos escribientes...*

Nadie puede manejar la lengua sin violentar la norma, si antes no tiene al menos un conocimiento básico de gramática. Y aunque manuales hay muchísimos, siempre es mejor recurrir al que goza de mayor prestigio: la *Gramática descriptiva*, dirigida por Ignacio del Bosque y Violeta Demonte. Lejos de la norma, del *se dice* y *se debe* decir, nos describe lo que se usa, la estructura vigente de la lengua. Más de cincuenta autores, especialistas cada uno en un tema específico de la gramática, diseñan cada capítulo con el más alto nivel teórico de análisis sintáctico y morfológico.

Y ya si queremos salir de dudas para siempre, la *Nueva gramática del español* de la Real Academia Española de la Lengua puede zanjar cualquier disputa. Redactada con los mejores propósitos panhispánicos y recurriendo a los medios electrónicos más actuales, fue elaborada en consenso con las veintiún Academias americanas de la lengua, y participaron en su consulta más especialistas ajenos a la RAE que en cualquier edición anterior. De hecho, el precedente inmediato anterior es el *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*, cuya redacción se encargó a tres académicos españoles, de lo cual resultó un texto netamente academicista, es decir, inclinado a la norma española y alejado de las variedades dialectales americanas.

En segundo lugar, y ya a la hora de las dudas que no resuelve una gramática, resulta imprescindible un diccionario precisamente de dudas. La Asociación de Academias Americanas de la Lengua, con el apoyo de especialistas externos de importante renombre en el manejo de la lengua, publicó el *Diccionario panhispánico de dudas*. La visión con que fue redactada esta obra es netamente panhispánica -como su nombre lo indica- y concentrada en el uso mayoritario más que en criterios teóricos a priori. Una muestra de ello es la reunión que organizó la Comisión redactora del diccionario con representantes de importantes medios escritos de cada país hispanohablante para discutir las líneas generales de la obra, en especial el tema de los extranjerismos.

De este modo, y como premisa general de la obra, se propuso como solución de cada caso, partir de la forma consagrada por el uso (que es el que debería primar casi

siempre: lo que emplea la mayoría, esa es la norma, en términos generales). Verbigracia: hace un unos cuantos años, y debido a la situación política de Afganistán, el término *talibán* se volvió popular. Los redactores vacilaban en encontrar su plural. Algunos añadían el morfema *-es* (*talibanes*) y otros lo convertían en sustantivo común (*el talibán* versus *los talibán*). Y se argumentaba, para decidirse por esta última opción, el hecho de que la palabra *talibán* en su lengua original ya era un sustantivo plural.

Así, el Diccionario de la RAE de 2001, la vigésima segunda edición, define a este término como sustantivo común: "Integrante de esta milicia". Pero en las consultas que se realizaron para determinar el uso más extendido de este término, los corpus electrónicos arrojaron como resultado un uso mayoritario de la forma flexionada con el morfema del plural: *talibanes*. Uno puede hacer la consulta en un buscador electrónico como el *Google* y encontrará que el sustantivo común *los talibán* es de uso minoritario. Con este resultado, y sin censurar ese uso comparativamente menor, que también es válido, el DPD (*Diccionario Panhispánico de Dudas*) recomienda el empleo del plural *talibanes*. Solo por esta visión práctica y democrática, el DPD es el más actualizado de los diccionarios de dudas y el que cubre de forma más amplia el uso del español en todas las zonas geográficas donde se lo emplea (aunque calificar de actualizado a un diccionario es una exageración: ante la velocidad con que cambia la lengua, en contraste con la lentitud con que debe elaborarse un diccionario, este siempre estará desactualizado aún antes de salir del horno).

Por otra parte, el redactor debe tener una cultura amplia en materia de lenguaje. Conocer el genio del idioma permite resolver dudas aún muchas veces sin tener que acudir al manual de consultas. Quizá no haya otro especialista que haya defendido tanto el genio del idioma como Lázaro Carreter. A él se le debe haber diseccionado los cadáveres lingüísticos de la prensa española, que en muchos casos son pertinentes para todo el mundo hispánico. Él conocía muy bien la enajenación de ciertos periodistas, su fácil apego a las formas extranjerizantes y la sumisión con la que



acataban los "hallazgos" de unos que no eran más que calcos horrendos del inglés, en la mayoría de las veces, o del francés también.

Leer su magnífico libro *El dardo en la palabra*, la colección de artículos de prensa en los que con ingenio y sapiencia exquisita demostraba lo invisible para muchos, resulta no solo una escuela de escritura sino un placer hasta para el usuario neófito de la lengua. Normativo al fin y al cabo, Lázaro Carreter también empuja el carrito de la gramática hacia la apertura académica. Gracias a él, a su presidencia de la RAE en 1992, esta Academia empezó a zafarse del ancla conservadora que la tenía atascada en el siglo XIX. Aún le falta mucho, pero el comienzo ya está dado. El resto le queda a Latinoamérica: conseguir la voz y voto que le pertenece por mayoría de usuarios en cuanto al uso que de la lengua española se hace.

Por supuesto, los diccionarios generales y los de dudas, y también las gramáticas, ayudan a decodificar un texto. Los de dudas, quizá más, también a codificar, es decir, a escribirlos. Pero, ¿quién nos ayuda a encontrar la palabra justa para lo que queremos decir, para la idea que nos ronda la cabeza pero no encuentra su significante? Para este auxilio existe un tipo de obras poco comunes en nuestro medio, pero muy consultadas en otros lares.

Son los diccionarios ideológicos. Construidos de forma distinta a los diccionarios generales, los ideológicos funcionan como listados de palabras agrupados por campos semánticos o por vecindad, de modo que seamos capaces de hallar el nombre justo de tal o cual idea. El *Diccionario ideológico* de Julio Casares es, quizás el más famoso de todos los de este tipo. Aunque ya algo viejo -apareció en 1953-, aún sigue salvando vidas a la hora de escribir. Más actuales son el *Diccionario ideológico Vox* y el *Diccionario de ideas* afines de Fernando Corripio, más fáciles de conseguir, y que también pueden utilizarse como diccionarios de sinónimos. Con un tipo de obra como estas, por ejemplo, uno puede hallar el nombre de la prenda que llevan algunas mujeres sobre la cabeza y que es complemento de su uniforme -el de las enfermeras, por ejemplo-, que suele ser por lo general de color blanco y de tamaño pequeño: *la cofia*.

Si necesitáramos saber cómo se llama la voz que emite el elefante -que no gruñe, ni muge, porque esas son voces de otros animales, sino que da berridos, con el inconveniente, para el redactor, claro está, de que esta es palabra empleada para nombrar las voces de varios animales de distinta especie-, el diccionario ideológico no puede llevar, a través de diversos cuadros que

funcionan como cajas chinas, desde el grupo de los seres vivos, pasando por el de los animales, quizá, hasta ubicarnos en el de las voces, y encontrar que el nombre de la voz que emite el elefante es el *barrito* y la acción de emitirlos se llama *barritar*.

Sin embargo, toda la información que nos brinda un diccionario debe ser manejada con ojos avizores. Hechos por hombres, al fin y al cabo, los errores, aún en los mejores, no les son ajenos. El Diccionario de la RAE, por ejemplo, en su 22ª edición, presenta problemas graves, muchos de ellos de responsabilidad de la Academia correspondiente del Ecuador.

Así, *pelada*, en la acepción que nos correspondería como usuarios ecuatorianos, está definida como *prostituta*. Y cualquier hablante ecuatoriano negará de plano que se emplee dicha palabra, en ese sentido, en nuestro territorio. Otro ejemplo, que provocó la protesta de una asociación de campesinos de la Costa, fue la definición de la palabra *montubio* en la edición de marras. Dice ahí de montubio que es una persona "montaraz, grosera". A pesar de que esta es la primera acepción, y de que la segunda, en la que se señala que, con esa acepción, se usa en Colombia y Ecuador, dice ser *campesino de la Costa*, la indignación entre los montubios que leyeron este artículo del diccionario fue lógica. Y esto porque aquella primera acepción dice ser un americanismo, es decir, que en toda América se la usa con ese sentido. Por supuesto, los hablantes de la Costa ecuatoriana, en primer lugar, y el resto de la población ecuatoriana, sabemos que en nuestro país no se usa con ese sentido.

Sin buscar ecuatorianismos, en el mismo diccionario se puede encontrar la forma *whisky* y que esta nos remita a *güisqui*, un término propuesto por un académico en el siglo pasado para sustituir el anglicismo y que no encontró acogida. Pero ahí se mantiene, aunque hay esperanzas de que el próximo diccionario de la RAE -previsto para el año 2011- supere estos y otros inconvenientes.

Quizá por esto resultan útiles los *corpus* electrónicos que aunque suelen ser de uso especializado, en casos extremos pueden ayudar a encontrar una solución. El único del español, de uso público que existe este momento, es el de la Real Academia Española de la Lengua. A estas alturas resulta evidente que muchos de los recursos que aquí se comentan provienen de esta institución. Y es así, no por una irracional simpatía academicista. El centralismo lingüístico ha dado como resultado eso: un desarrollo importante en materia investigativa y lexicográfica que, junto con la quietud y

mansedumbre de las Academias americanas de la Lengua, se traduce en un dominio normativo. No hay por ejemplo, y esto lo analizaremos más adelante, un auténtico diccionario de ecuatorianismos -que sí lo tiene, por ejemplo, Cuba, Argentina o Bolivia, y no precisamente por impulso de las Academias de la lengua de esos países sino de un proyecto impulsado, dirigido y ejecutado en Alemania: los diccionarios de Augsburgo-, ni siquiera un mapa lingüístico.

La Academia Ecuatoriana de la Lengua no tiene tampoco, en tiempos donde las bitácoras y las páginas electrónicas están popularizadas, una página electrónica donde se puedan brindar servicios de consulta a los hablantes ecuatorianos. Lo deseable es, pues, el trabajo mancomunado de las Academias americanas para levantar proyectos propios y de gran envergadura -que para eso existen tales instituciones- y registrar el desarrollo de la lengua lejos de un complejo colonial que nos consume frente a la política lingüística desarrollada en España.

Decíamos que el *corpus* electrónico de la RAE puede ayudar a encontrar soluciones a problemas extremos. Su consulta está disponible en la página electrónica de esta institución: [www.rae.es](http://www.rae.es), en donde se puede consultar también el *Diccionario general* y el *Diccionario panhispánico de dudas*, que comprende una multitud de textos de diversas procedencias -literatura de ficción, periodística, científica, incluso fuentes orales transcritas- con lo que brinda un impresionante grupo de registros: cerca de 400 millones de formas (palabras). Allí uno puede comprobar, realizando una consulta por países, por ejemplo, que el uso de *talvez*, en una sola palabra es ya un ecuatorianismo y que no resulta, en nuestro medio, una trasgresión del idioma.

En esta misma página se pueden obtener dos servicios más, aparte de los ya señalados. El primero es la consulta de todos los diccionarios publicados por la RAE desde el primero llamado el de *Autoridades* -porque las definiciones incluían la autoridad de un ejemplo tomado de una obra publicada- hasta el penúltimo de 1992. Se encuentra en el enlace denominado *Nuevo tesoro lexicográfico*. Consultándolo se puede saber que, por ejemplo, el término *álgido*, que en un principio significaba *muy frío* -y aún significa eso- adquirió, a partir de la década de 1920, el significado de *caliente* referido, especialmente, a una discusión. El otro servicio consiste en la posibilidad de descargarse, en formato pdf, la nueva ortografía de la RAE, publicada en 1999. Aunque criticada desde su publicación, en particular porque en algunos temas no da una orientación definitiva acerca de la normativa, es la


ortografía vigente y la que en último caso ayuda a decidir acerca de una duda. Resulta de gran ayuda combinada, por ejemplo, con el DPD.

Y si bien, en cuanto a la lengua general, con los recursos señalados, el redactor cuenta con importantísimas herramientas -amén de los *Libros de estilo* de algunos medios de comunicación que se han convertido en respetados referentes de la norma vigente del español-, en cuanto al español del Ecuador, el desamparo es mayúsculo. Aún no contamos con un diccionario ni con una gramática que describa el español actual del Ecuador.

Los estudios fonológicos y léxicos elaborados con aplicación científica son escasos y dispersos. El *Diccionario del Habla del Ecuador* de Carlos Joaquín Córdova, ex presidente de la Academia ecuatoriana de la lengua, es una de las pocas obras de consulta al respecto, por no decir quizá la única. Sin embargo, la obra presenta un gran inconveniente: no fue elaborada, como en la actualidad se redactan los diccionarios, a partir de un *corpus* electrónico del que se puedan extraer las palabras que realmente se usan, sino del hallazgo personal en fuentes dispersas. Con este método, no se garantiza el uso real de un término y muchas veces los descubrimientos no son más que inventos personales de los hablantes que no tienen acogida en la comunidad o su existencia es demasiado corta y desaparecen sin dejar huella en el dialecto.

Solo hay constancia veraz del uso de un término o expresión cuando se cuenta con varias fuentes, escritas u orales, que registran su empleo. Así, por ejemplo, no tenemos la certeza de que se use, por ejemplo, el término *usamericano* en el Ecuador como se registra en este diccionario. Ni *bagazo* -que es el desecho de un alimento al que se le ha extraído el jugo- es un ecuatorianismo: pertenece al habla general y así lo reconoce no solo el DRAE (Diccionario de Real Academia Española de la Lengua) sino también la mejor obra de consulta del español de España: el Diccionario del español actual de Manuel Seco.

Con lo dicho hasta aquí, queda claro que en cuanto a auxiliares lingüísticos, el redactor no está desamparado, todo lo contrario: cuenta con suficientes recursos para resolver sus dudas, escribir con corrección y elegancia, comunicar con eficiencia.

La creatividad, el efecto estilístico, la claridad, la agilidad y otras virtudes son de competencia personal. Para eso no hay libros. 



Retoque fotográfico: Mayra Cajilema Carrón.

**Radionovelas:**

# La aventura imaginaria

**Armando Grijalva**

*Ecuatoriano, comunicador social,  
productor de radio y docente universitario.  
grijalva.armando@gmail.com*

Sentados y atentos están la abuela, la tía, la nuera, los nietos, casi toda la familia reunida junto a la radio escuchando un capítulo de la radionovela el "Derecho de nacer". Una década después se aprecia una escena similar con un ambiente sonoro diferente: "Roberto del Cid, el Gato" capta el interés

*El formato de la radionovela privilegia la imaginación  
y emula al narrador de historias junto al fuego.  
La palabra y los efectos sonoros recrean ambientes  
y acciones que el oyente imaginará.*

de los radioescuchas. Después escucharían "Kalimán", "Porfirio Cadena", "El doctor Mortis", "La maldición del Inca" y otras series que se recuerdan como parte del romance que mantiene la radio con sus audiencias.

Usted diría que esos fueron otros tiempos, los tiempos de la abuela, y que hoy no están de moda este tipo de programas dramatizados. Si trabaja en una radioemisora argumentaría que éste es un género caro, que no gusta a los jóvenes y tiene dificultades para ser financiado y comercializado. Es posible que tenga razón, mas la pasión de radiodifusores creativos demuestra lo contrario, la radionovela aún está vigente, si no prueba a pasar un buen programa dramatizado, suspenda en la mitad de la emisión y consulte a su audiencia si quiere saber en qué termina el conflicto.

Es una propuesta retadora. Es un reto fascinante producir una radionovela, ya sea que adapte una obra literaria, que haga una construcción colectiva; use el método etnográfico para construir la historia de una comunidad o dé alas a su imaginación para crear una radionovela de ficción, terror, aventura o romance.

Los pasos a seguir tienen cierto grado de complejidad y requieren del conocimiento básico de la dramaturgia, el uso adecuado del lenguaje radiofónico y una estrategia de difusión. Algunas pautas se plantean a continuación.

### **Necesidad**

La mayoría de series que ocupan un espacio en la memoria de las audiencias han cubierto una necesidad: ofrecer entretenimiento, formación, mejorar la parrilla de programación o reforzar la estrategia de vinculación social... y tantas más. En todo caso, la necesidad social de tratar un tema o problema y presentarlo en capítulos y de manera entretenida con recreaciones de la vida cotidiana justifica el lance de producir y difundir una radionovela.

Actualmente se elaboran muchas radionovelas en América Latina relacionadas con la salud, la educación, la construcción de ciudadanía, literatura, identidad y otros requerimientos de formación en distintos espacios y condiciones. La ciencia y la ficción también se involucran.

### **Idea**

¿Cómo y con quiénes hacer? ¿Cuál será la estrategia para difundir? Estas y otras preguntas complementan el propio drama de la producción de una radionovela. Si en su emisora existe un elenco, la primera pregunta tiene una respuesta inmediata y positiva, si no es así, siempre contará con talentos que están cercanos a la emisora e incluso envuelven a los talentos familiares que tienen capacidades histriónicas.

Más allá de este lío inicial está la complejidad de desarrollar una estrategia de difusión, horario de emisión y retransmisión, formas de participación, espacios para las pautas comerciales y, sobre todo, los horarios de grabación, edición, pagos y otros detalles que siempre encontrarán solución las mentes despiertas y activas de los radiodifusores y su grupo.

Existen varios sistemas de trabajo: distribución económica por capítulos y pago por intervenciones y/o personajes protagónicos; por cuotas participativas en las que se van sumando las sesiones y las labores realizadas para completar un pago en determinada fecha (fin de mes o semana); por "acciones", las mismas que son previamente definidas por el monto y las tareas asignadas y la cantidad mínima o máxima de esas "inversiones", puesto que cada participante se convierte en un accionista de la producción.

Las formalidades de trabajo son complementos del oficio radiofónico que siempre son superadas con buena voluntad, entusiasmo y honradez. Trabaje en equipo y consiga resultados alentadores, elabore su propio sistema de participación (cuadro de actores y talentos) y plantilla de pagos digno y puntual. Los equipos y tecnología ya no representan un impedimento grande, las opciones de uso de



tecnología de buena calidad y con costos aceptables es casi una práctica estudiantil.

La radionovela es una manifestación del mundo de las ideas que llega a niveles industriados por la cantidad y calidad de gestiones administrativas, artísticas, técnicas y propositivas solventadas con ilusión y actitud generosa.

### Destinatarios

Nuestro principal cliente es el oyente, razón por demás clara para querer conocerlo, describirlo y presentarle el producto que llene sus expectativas, que llame la atención, que convoque su interés y deseo de escuchar periódicamente la serie dramatizada.

Identifique su audiencia definiendo las características de género, edad, ubicación geográfica, nivel de instrucción, tipos de ocupación, condiciones de vida y más factores que humanicen a los destinatarios para que no se conviertan en un target numérico y poco real. Conozca a su público, este detalle puede brindarle algún elemento creativo para que la radionovela tenga mejor aceptación.

### La historia

Escoger un buen tema cuyo conflicto central sea de interés para su público toma tiempo, si usted es un buen lector posiblemente tenga alguna motivación previa y realice esta tarea con facilidad. Si hace una construcción colectiva aplique una metodología participativa y creativa, sistematice las propuestas e ideas, valore y recoja las situaciones cotidianas, haga un boceto de las divisiones definiendo los momentos culminantes o más impactantes de la historia e imagine los finales de cada capítulo. Puede usar el método de historias de vida o testimonios de personajes de la comunidad para reconstruir la historia.

Los criterios para evaluar la historia guardan relación con los momentos interesantes del drama: rutina, ruptura, enredo, desenlace. Esta es una forma fácil de explicar la evolución del conflicto principal, que se alimenta constantemente de instantes tensos, situaciones inciertas, acciones supuestas, informaciones reñidas con la confianza y la oportunidad, en fin, lo raro, insólito, trágico, desastroso, novedoso, increíble y a veces demasiado conocido pero dicho en voz baja para que el chisme encienda el

avispero en su debida oportunidad, son las fascinaciones que tiene una buena historia.

De ahí que se sugiera que se elabore primero la historia o que se lea completamente la obra que se intenta adaptar para luego definir sus extensiones, tiempos, escenas de final de capítulo y giros trascendentales en la novela. Conocer la historia, decirla en pocas palabras y en corto tiempo permite que nuestros primeros interlocutores - dueños, directores y financieros de la radio- se interesen y apoyen el proyecto.

### Personajes y elenco

La elaboración de personajes o su identificación en una historia es parte del ejercicio divertido de esta aventura. Describa los rasgos más importantes de los personajes que intervienen, empiece por lo físico (estatura, color de pelo, de ojos, vestido, forma de caminar y más); la faceta psicológica permitirá conocer los alcances y limitaciones de los seres recreados en la radionovela (temores, traumas, condiciones de vida, anhelos...); el aspecto social permite reconocer el contexto en que evoluciona el individuo (sitios e imaginarios donde el personaje se divierte, llora, compra, juega, se enamora, en definitiva, vive).

El relato radiofónico tiene en la voz humana su principal elemento de relación con el oyente, por ello, el tipo de narrador (tradicional, testigo o personaje) al igual que los actores y actrices que representen a los personajes deberán tener el dominio de las voces y sus correspondientes actitudes y emociones a interpretar. El casting de voces es útil, y es mejor hacerlo con los libretos definitivos para apreciar mejor las capacidades de expresión oral de los y las colaboradoras.

### La música y los sonidos

Si la voz es el único elemento del lenguaje radiofónico que humaniza el medio radio, la música y los efectos hacen brincar al corazón y dan vuelo a la imaginación.

Seleccionar la música para identificar la serie, tener a mano la música para que se utilice como cortina, fanfarria, fondo para que refuerce el sentido de las palabras no es ocupación sencilla, el técnico, productor y director pondrán en evidencia sus conocimientos para escoger el género, las canciones y las fragmentos musicales que puedan graficar mejor las situaciones.

La búsqueda de los sonidos ambientales en ocasiones toma tiempo, y es que la costumbre de resolver todo con el CD de Efectos es desalentadora, recuerde que puede crear algunos efectos en el estudio, como por ejemplo, murmullos, aplausos y otros sonidos narrativos como: besos, bofetadas, risas que dinamizan el proceso de producción, lo abaratan y ocupan menos tiempo.

### La grabación

Hace algunas décadas, antes que la tecnología posibilita las grabaciones análogas o digitales, los programas dramatizados se realizaban en vivo, ahora los software de audio permiten que se depuren estos procesos y se los haga con mayor precisión y creatividad. En algunos emisoras aún se mantiene esta técnica tradicional aunque se aconseja primero grabar las voces de las escenas y luego las intervenciones del narrador o narradora.


La música y los efectos de sonido, con sus tiempos intensidad y gramática, son ubicados con puntualidad y estética durante el montaje técnico; el ajuste de tiempos por capítulos se realiza al final.

La corrección definitiva se concreta luego de la audición completa del capítulo.

### Revisión, evaluación y validación

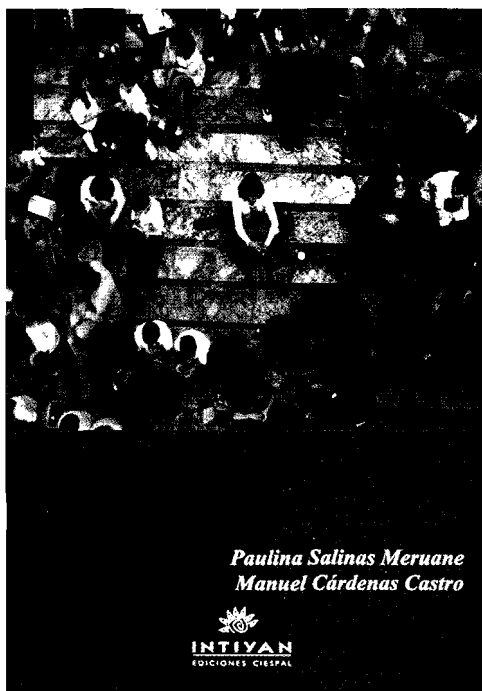
La producción del primer capítulo casi siempre es la más laboriosa y la más criticada, ya sea porque puede ser el "piloto" de la serie o porque con este "demo" o emisión cero se obtienen auspicios alentadores de directores y financieros.

Algunas organizaciones que contratan la producción de radionovelas exigen la validación de los capítulos a través de audiciones con grupos focales o reunión de expertos, y de cuyos resultados se obtiene información que afina la propuesta. Estos datos son utilizados para mejorar el producto en la etapa de post producción.

Cualquiera sea la forma de evaluar o validar la radionovela siempre será el oyente quien juzgará la calidad de este esfuerzo, producto de una grata aventura mediática que agrupa talentos radiofónicos, individuos y familias que gozan con las recreaciones sonoras que presenta la radio. 

# Publicaciones

## LIBROS



### MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

Paulina Salinas Meruane

Carlos Cárdenas Castro

**Páginas:** 580

**Precio:** US\$ 24,00

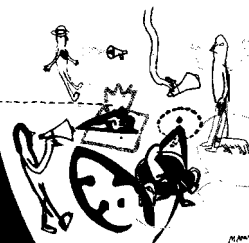
Detalla un conjunto de procedimientos necesarios para avanzar en una investigación, así como un grupo de técnicas orientadas a la recolección y análisis de la información que emerge o se crea durante el proceso.

Su afán es fundamentalmente práctico, aunque los autores no han descuidado los aspectos teóricos, epistemológicos y formales que se encuentran implícitos en el quehacer investigativo. Además de mostrar una secuencia de pasos para una investigación, es también valioso el cuestionamiento filosófico respecto de la construcción del mundo. *CS*

**CS: 3543-L**

Angélica Enz  
Roxana Fantin  
Isabel Laharrague  
(editoras)

### Comunicar para el cambio social

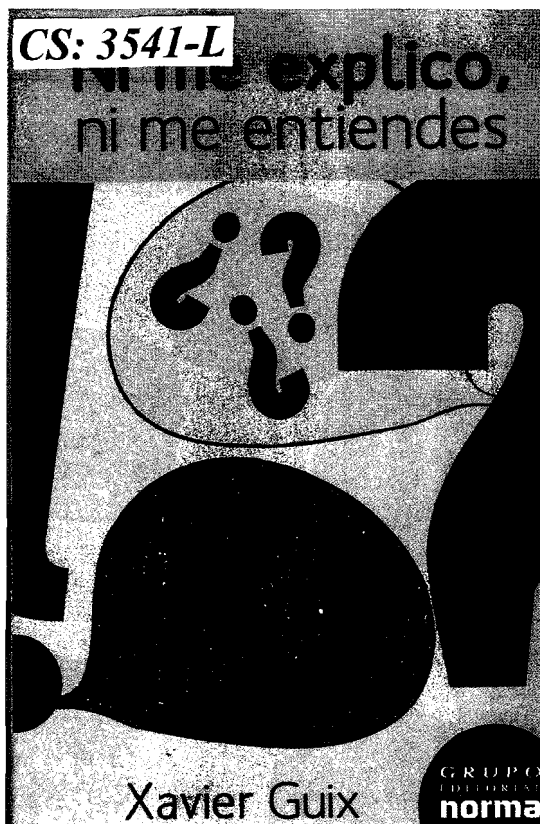


comunia

La Crujía  
ediciones

Enz, Angélica; Fantín, Roxana; Laharrague, Isabel, ed. (2006). **Comunicar para el cambio social**. Buenos Aires: La Crujía. Colección Inclusiones. 192 p.

La comunicación tiene la capacidad de ser muchas cosas, según el ojo con que la vean. Sin embargo, el común denominador, a la hora de pensarla, es su habilidad para transformar la realidad. Cuando la comunicación pone el foco en que esa transformación que le es propia apunte a mejorar la vida en sociedad, ésta se inviste de un potencial que va más allá, la posibilidad de *construir en común, fomentar la participación ciudadana, incluir a los sectores menos favorecidos y promover valores que apunten a una mayor solidaridad*, son objeto del debate de este libro que dispara los alcances que puede tener la comunicación cuando se vuelve una herramienta de cambio social.

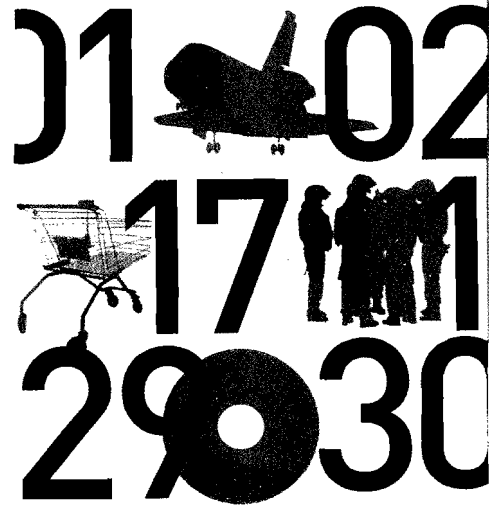


Guix, Xavier. (2006). **Ni me explico ni me entiendes. Los laberintos de la comunicación** Bogotá: Grupo Editorial Norma. 164 p.

Se trata de un inteligente y documentado análisis de los procesos de comunicación, que permite entender su dinámica y actuar sobre sus efectos. Combina un conocimiento técnico desde la investigación sobre el tema con la experiencia profesional sobre la práctica de la comunicación. Comunica admirablemente lo que quiere decir y personaliza esa comunicación situándola en contextos de la vida cotidiana.

### CS: 3724-L McCombs Es- tableciendo la agenda

El impacto de los medios en la opinión pública  
y en el conocimiento. Paidós Comunicación 170



McCombs, Maxwell. (2006). **Estableciendo la agenda: El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento**. Barcelona: Paidós. Colección Libertad y cambio. 290 p.

Describe el importante y a menudo polémico papel de los medios de comunicación a la hora de determinar cuáles son los asuntos que están en el centro de la atención y la acción públicas. El autor, uno de los padres fundadores de la *agenda-setting*, sintetiza los estudios científicos realizados sobre el tema. En todo el mundo estos medios ejercen una fuerte influencia sobre de qué tratan las imágenes de los asuntos públicos que tenemos "en la cabeza" y llegan a influir hasta en los detalles de dichas imágenes. Aborda además, las fuentes de esas agendas mediáticas, la explicación psicológica de su impacto sobre la agenda del público y las posteriores consecuencias en las actitudes, las opiniones y el comportamiento.

Perniola, Mario (2006). **Contra la comunicación**. Buenos Aires: Amorrortu. 139 p.

La comunicación de masas, que extiende su influencia a la cultura, a la política y al arte, parece una varita mágica que transforma factores de debilidad como la inoperancia, la retracción y la confusión, en demostraciones de fuerza. Al dirigirse directamente al público, pasando por alto todas las mediaciones, aparenta ser democrática, pero en realidad ejerce una fuerza que homologa toda diferencia. Muestra el origen de la



CS: 3721-L

MARIO PERNIOLA

# CONTRA LA COMUNICACIÓN

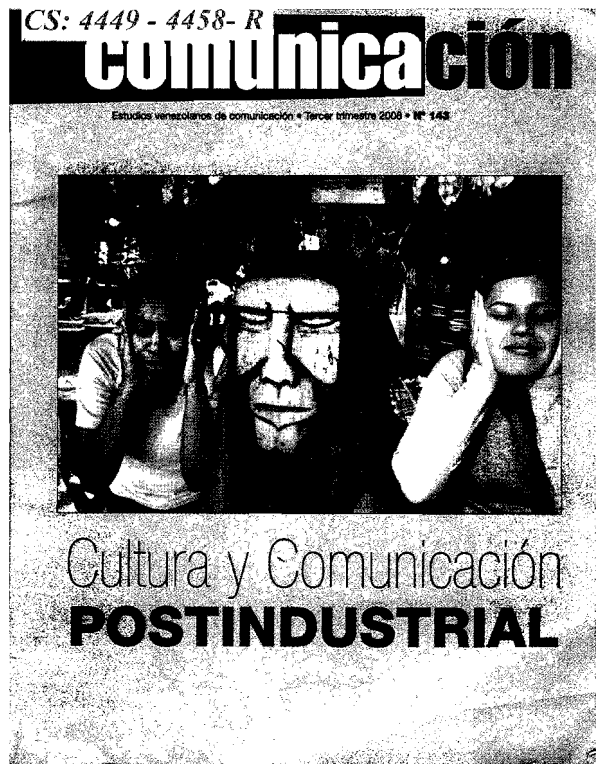


comunicación, sus mecanismos, dinámica y deformaciones. La única posibilidad de revertir los efectos de la comunicación reside en un sentimiento estético que no se aleje demasiado de las necesidades y expectativas reales de los individuos, ni caiga en la idolatría de la ganancia inmediata y del éxito a cualquier precio.

Sel, Susana, comp. (2007). **Cine y fotografía como intervención política**. Buenos Aires. Prometeo Libros. 268 p.

En un contexto de exclusión y desigualdad profundizado por las políticas implementadas en estas últimas décadas, grupos y colectivos de realizadores eligen el cine y la fotografía documental como prácticas de intervención política y expresión, también de la emergencia de procesos sociales y formas colectivas de las que son parte. A partir del cruce de heterogéneas perspectivas disciplinarias, intenta abordar la producción documental, en tanto modo de representación que puede describir e interpretar el mundo conflictivo e historizado, complejo y heterogéneo de la experiencia colectiva.

## REVISTAS



Bufanda, Héctor (2009). **El reencantamiento del mundo identificación e interpasividad en los procesos comunicacionales** IN: Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación, (143), pp. 47 - 52.

La comunicación, por el puente de los medios de comunicación, se está convirtiendo (¿se habrá convertido ya?) en el nuevo lazo social desde las categorías de la identificación y la interpasividad. Así, los aparatos mediáticos están en el centro de los

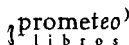
CS: 4545- L


46

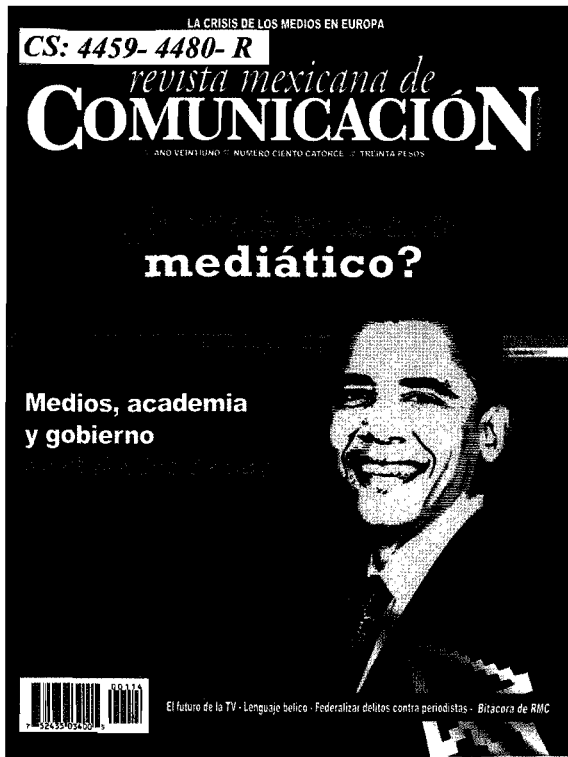
## Cine y fotografía como intervención política




Susana Sel  
(compiladora)



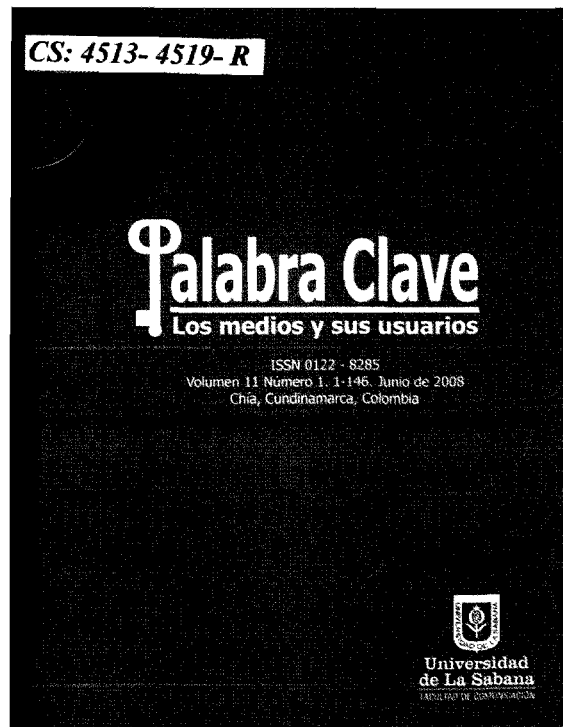
grandes debates de estos tiempos, pero también en el imaginario por la lucha del poder. En este sentido, los medios de comunicación ponen en juego el porvenir de unos cuantos espectros que pensábamos olvidados. 




Dresser, Denise (2009). **Democracia de baja calidad. No pocos medios, en lugar de escrutar al poder, se coluden con él** IN: Revista mexicana de Comunicación, (114), pp. 16-19.

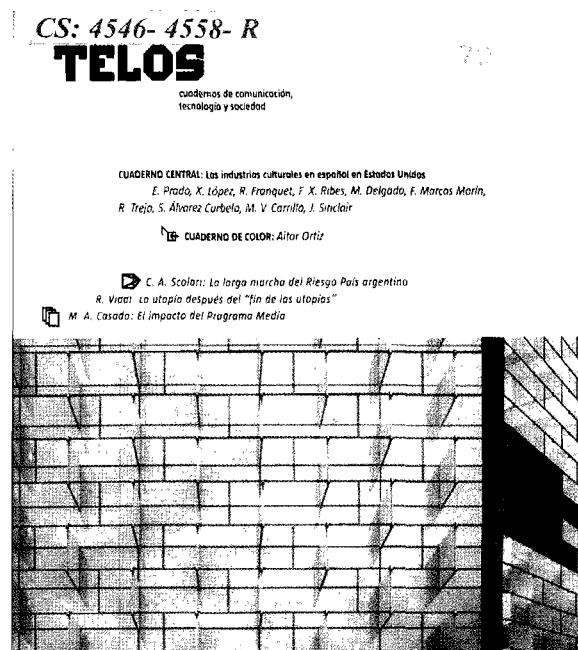
¿Cuál es la misión de los medios en cualquier sociedad democrática? Decir la verdad es avergonzar al Diablo, como sugería el famoso periodista Walter Lippmann. Caminar en el centro y ser odiado por todos los bandos. Sentarse frente a la pantalla, o ante la computadora, y no ser amigo de nadie. Desplegar la honestidad y el coraje para proteger a la sociedad del *gansterismo* (venga del gobierno o del sector privado). Ser el Cuarto Poder que vigila de manera permanente a los otros tres. Ser censor implacable del poder, porque esa es la única manera de democratizar su ejercicio. 

Gómez, Juan Carlos; Hernández Camilo (2008). **Libertad de prensa en Colombia: la contradicción en la búsqueda de la verdad** IN: Palabra Clave, (v.11n.1), pp. 109-122

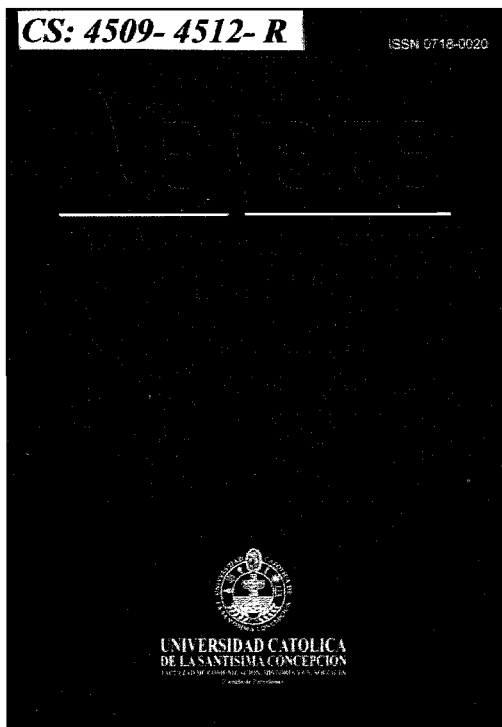


El tema de la libertad de prensa en Colombia está lleno de contradicciones; no existe un consenso entre quienes gobiernan y las entidades que investigan o monitorean el fenómeno. Con el objetivo de aportar mayores elementos de juicio para la discusión, el Observatorio de Medios de la Facultad de Comunicación realizó una investigación con periodistas de todo el país, donde se advierten los principales factores y actores que amenazan este derecho consagrado constitucionalmente. 

Haye, Ricardo Miguel (2007). **La radio y los movimientos artísticos. De la dictadura de la realidad al debilitamiento expresivo** IN: Telos, (70), pp.23 - 27



Sometida a la dictadura de la realidad, la radio de hoy no cuenta cosas, expone hechos. Y lo hace desnuda de arte. Reinventar la radio supone la construcción de nuevas poéticas sonoras capaces de enriquecer su expresividad. Para que la realidad no resulte asfixiante se necesita que la radio recupere la capacidad de generar relatos que resuelvan identidades, ayuden a comprender, ofrezcan referencias fácilmente comprensibles y nos provean el capital simbólico de unos universos de gran riqueza designativa.

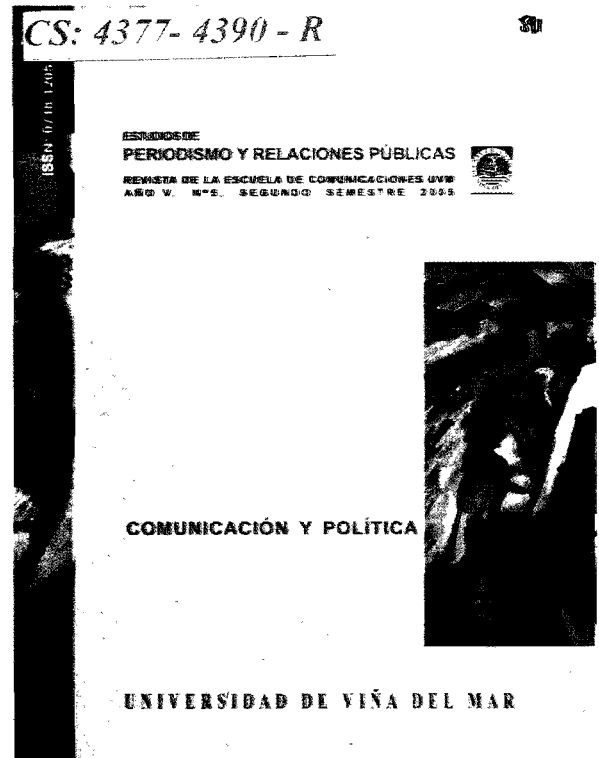


Montaner Bastidas, Mario (2008). **Infografía: el presente y los desafíos de una potente herramienta periodística** IN: Lègete, (10) pp. 78- 85.

El poder adaptarse a los cambios tecnológicos ha sido una característica del periodismo. Del papel pasó a la radio, luego a la televisión y en la actualidad ha sabido ganar espacio en el mundo virtual de la Web. Pero con estos avances, llegan nuevos desafíos, entre los que asoma la nueva dimensión de la infografía periodística y los conocimientos que exige.

Muraro, Heriberto (2005). **El poder del "Cuarto Poder. Política y medios de la postransición.** IN: Estudios de Periodismo y Relaciones Públicas, (5) pp. 11 - 27

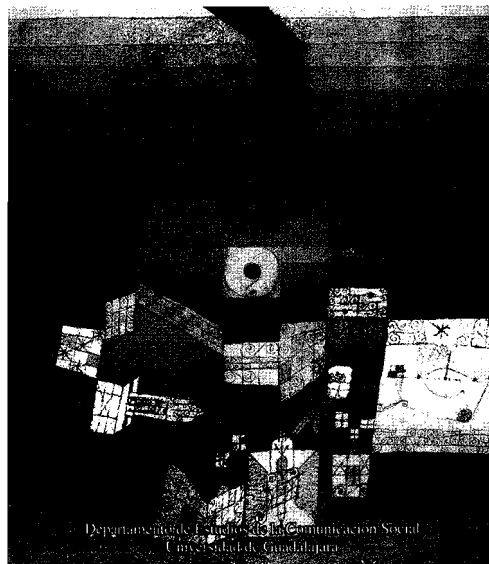
Las teorías sobre la comunicación masiva han oscilado desde una posición extrema, según la cual los medios



construyen el entorno en el que nos movemos, hasta otra, según la cual su influencia está muy condicionada por factores sociales como las características culturales de los receptores. Ese vaivén se observó en el caso de las teorías comunicológicas norteamericanas, cuando pasaron de la *aguja hipodérmica* a la teoría de los efectos limitados de Lazarsfeld. Igual pasó con los latinoamericanos, cuando ocurrió el viraje al pasar de la teoría de la manipulación ideológica de autores como Matellart, a la Teoría de la recepción, de Jesús Martín-Barbero. Intentar determinar cual es el efecto de los medios sobre nuestra visión del mundo quizá es tarea infructuosa, mas ello no quita el que se trate de indagar sobre el peso de su influencia en comparación con el de los políticos.

Nadal Palazón, Juan, (2008). **Verdades a medias: la nominalización deverbales en los titulares periodísticos** IN: Comunicación y Sociedad, (9), pp. 175-189

La nominalización deverbales, entendida como el mecanismo de formación de sustantivos a partir de verbos, es un rasgo característico del lenguaje periodístico, especialmente en el discurso de los titulares. La elevada incidencia de estas formas responde a diversos factores - en su mayoría pragmáticos- que concurren en la enunciación, tales



como la ideología subyacente y la economía lingüística. Destaca sobre todo la motivación ideológica, pues la elección de derivados nominales en lugar de oraciones completa revela, en muchos casos, la intención de omitir información relevante, como el agente o las circunstancias de la acción referida.



Sierra Sánchez, Javier (2008). **Protocolo: herramienta comunicativa, persuasiva y simbólica** IN: Zer, (24), pp. 337-361

Se ha comprobado que esta disciplina ha sido tradicionalmente abordada desde planteamientos normativistas carentes de fundamentación científica. El protocolo del siglo XXI, además de establecer y ordenar jerárquicamente las formalidades que se articulan en los actos y en las personas que intervienen en él, gestiona un proceso integral de comunicación. A partir de esta premisa este trabajo de investigación formula un método aplicado (Método Delphi). La demostración de resultados conduce a aseverar que el protocolo es instrumento de comunicación persuasiva y simbólica (verbal y no verbal) que emplean las instituciones (públicas /privadas) para una uniforme y coherente transmisión de identidad y cultura corporativa propia. El protocolo se convierte en la extensión natural personalizada de la comunicación corporativa, presentada por cualquier interlocutor en sus acciones de comunicación comercial y acciones de Relaciones Públicas.

Base de datos documental del



<http://www.ciespal.net>  
opción Biblioteca Digital.

**Centro de Documentación**

Av. Diego de Almagro N32-133 y  
Andrade Marín

Apartado postal 17-01-584

e-mail: [documentacion@ciespal.net](mailto:documentacion@ciespal.net)

Teléfonos: 254-83-37 / 254-80-11  
Fax: 250-24-87



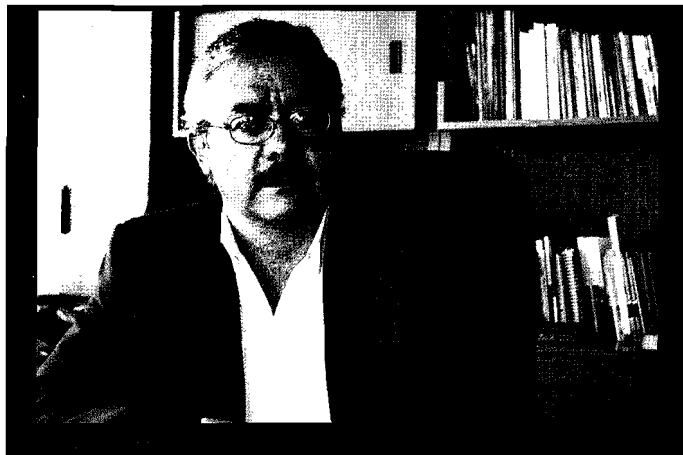
## Nuevo Directorio

Luego de la convocatoria para presentar candidaturas a la Dirección General del CIESPAL, el Consejo de Administración se reunió para la votación en la cual resultó electo como director general para el periodo 2009-2014, Fernando Checha Montúfar, quien fue posesionado el 1 de abril, en presencia del Consejo de Administración en pleno, presidido por el rector de la Universidad Central del Ecuador, Dr. Édgar Samaniego.

En esta sesión, la administración saliente presentó su informe final de actividades y el director entrante centró su labor para el siguiente lustro en el objetivo básico de reposicionar a la institución en el contexto internacional con una labor basada en la democracia, la ética, la transparencia y el trabajo en equipo.

Fernando Checa Montúfar es licenciado en Comunicación Social por la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, Magíster en Estudios Latinoamericanos con mención en

Comunicación por la Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador, y candidato a Ph.D. en Literatura Latinoamericana por la University of Michigan Ann Arbor, EE.UU.



Entre sus publicaciones destacan el libro *El Extra: las marcas de la infamia. Aproximaciones a la prensa sensacionalista*, es el título de su libro más conocido, trabajo que explora el carácter "popular" y ambivalente del sensacionalismo en el medio impreso de mayor tiraje en el Ecuador: diario *Extra*.

Es docente universitario de pregrado y postgrado. Investigador en temas periodísticos de recepción y emisión de mensajes, por lo que fue director del Observatorio de Medios de la Universidad de Las Américas, en donde coordinó el estudio binacional acerca de la información periodística a partir del ataque de Angostura, trabajo que se encuentra editado bajo el título *De Angostura a las computadoras de Uribe*, en donde se puede apreciar el trabajo de lectura de medios ecuatorianos y colombianos durante este suceso.

## Seminario Internacional de Periodismo Cultural

Los días 2 y 3 de abril se llevaron a cabo las jornadas de exposición y debate acerca de la actividad periodística cultural, con el auspicio del Instituto Iberoamericano de Patrimonio Natural y Cultural del Convenio Andrés Bello, del Ministerio de Cultura y del Colegio de Periodistas.

En este espacio se desarrollaron conferencias acerca de la "Cultura y comunicación en una sociedad mediatizada", a cargo del periodista y escritor Alejandro Querejeta, y del productor y maestro de la radio, José Ignacio López Vigil, quien habló de los "Retos y perspectivas del periodismo cultural".

De igual manera, se realizaron mesas en las que los expertos invitados conversaron acerca del pluralismo, la apertura, la flexibilidad y la ética del periodista cultural y de la cómo los medios de comunicación son espacios para la creación, difusión y fomento de la diversidad cultural de los pueblos, comunidades y regiones.

Se desarrollaron, también, talleres de construcción informativa para radio, televisión y prensa escrita con docentes de Colombia, México y Brasil.

## Hacia la construcción democrática de la Ley de Comunicación en Ecuador

El 22 de abril, el CIESPAL convocó a distintos actores y sectores sociales vinculados a la comunicación para articular esfuerzos, así como propuestas para la formulación de la Ley de Comunicación en el Ecuador, en un espacio democrático de diálogo.

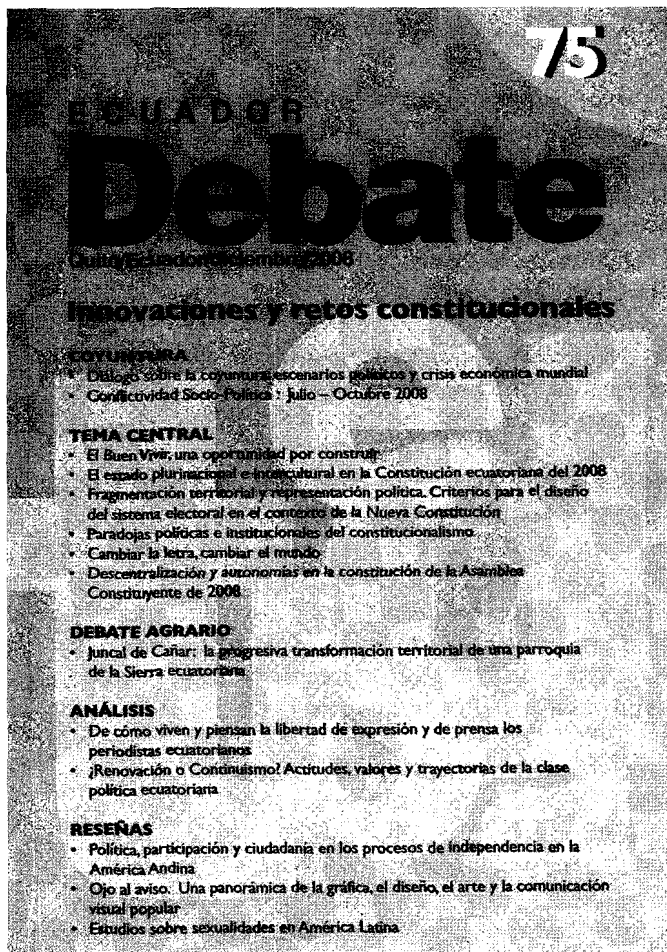
Cerca de un centenar de representantes de universidades, agremiaciones profesionales y mediáticas, de ONG, de instituciones públicas y privadas, de asociaciones y colectivos civiles, tomaron parte en las mesas de diálogo para construir los lineamientos de la Ley de Comunicación.

Mediante una metodología de trabajo informal pero exhaustivo, los participantes debatieron acerca de los temas, tratamientos y orientación que debe tener el cuerpo legal que normará la Comunicación.

A partir de la vigencia de la nueva Constitución, la Comunicación es comprendida como un derecho al cual deben tener acceso los ciudadanos y ciudadanas.

En este primer encuentro, los integrantes de las mesas recibieron una charla acerca de los elementos básicos y estructurales de una ley, para realizar las propuestas temáticas y organizativas del contenido de la normativa legal. Además, se trazaron los resultados esperados de este proceso y una propuesta inicial de seguimiento y acciones para la difusión y complementación del trabajo efectuado, con miras a integrar a más actores e instituciones.

De esta manera, CIESPAL vuelve a ser el espacio de encuentro y diálogo democrático de los comunicadores latinoamericanos, pues entre los participantes no solo estuvieron profesionales ecuatorianos, sino también expertos extranjeros que tienen su actividad en el país, cuya acción trasciende en la región.



Lectores y lectoras,  
televidentes,  
radioescuchas y  
cibernautas...  
... todos somos  
ciudadanos.

Los medios públicos y privados  
están bajo nuestra mirada crítica.

Participe de este espacio en la Red  
para ejercer su derecho a la Comunicación.

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

## Publicaciones del CIESPAL

[www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)



■ COLECCIÓN INTIYÁN

COLECCIÓN ENCUENTROS

■ COLECCIÓN MANUALES DIDÁCTICOS

■ COLECCIÓN MATERIALES DE TRABAJO

■ COLECCIÓN MONOGRAFÍAS

■ COLECCIÓN LATINOAMÉRICA

■ CUADERNOS LO MEJOR DE CHASQUI

■ REVISTA CHASQUI